

**Análisis de los rumores en la pandemia de la Covid-19 en China desde la perspectiva
de la Comunicación para la Salud**

Yiheng Wang

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Universidad de Cádiz

Máster en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación

Tutor: Prof. Dr. Víctor Manuel Marí Sáez

3 de septiembre de 2020



UCA

Universidad
de Cádiz

Agradecimiento:

Este trabajo fue realizado en el cálido cuidado y guía del Dr. Víctor Marí Sáez, a quien me gustaría extender mi más sincero agradecimiento.

Pude producir este Trabajo de Fin de Máster en un período muy corto de tiempo gracias a Dr. Víctor Marí. Dr. Víctor es un profesor muy experimentado y riguroso, y me ha dado la paciencia necesaria tanto en la teoría como en la práctica. Estoy muy impresionada por su cuidadosa y detallada orientación, así como por su actitud seria y responsable y su riguroso espíritu de estudio. Sin su guía y ayuda, no habría podido completar mi Trabajo de Fin de Máster en el plazo previsto.

Al mismo tiempo, me gustaría agradecer a los profesores de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación su ayuda y orientación durante el curso de Máster de este año. Me gustaría expresar mi más sincera gratitud a ellos por su guía y ayuda desinteresada durante el programa de este año. He aprendido muchos conocimientos valiosos de ellos y me han guiado cuidadosamente en mis estudios académicos de forma incansable y rigurosa. Me he beneficiado enormemente de la actitud de la investigación. En particular, me gustaría agradecer a la coordinadora de mi Máster, la Dra. Esther, por su orientación y cuidado en la vida y en mis estudios y, por ambos, especialmente durante esta época tan difícil por la pandemia de la COVID-19. Me dio muchos cuidados cálidos y ayuda. En el proceso de completar mi trabajo, también recibí una cálida ayuda de Javier y otros compañeros de la Revista *Commons* y mi Máster, a quienes me gustaría expresar mi más profunda gratitud.

Por último, me gustaría expresar mi más sincera gratitud a todos los expertos y profesores que se han tomado el tiempo de revisar este trabajo y agradecerles sus valiosos comentarios y sugerencias. Aprecio muchísimo por todo.

Resumen

La pandemia del COVID-19 es una verdadera crisis mundial que enfrenta la sociedad humana en el siglo XXI, causando gran pánico en todo el mundo e incluso teniendo consecuencias catastróficas en muchas regiones. Es un acontecimiento de salud pública y un problema médico que se manifiesta en forma de una emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII, en inglés “Public Health Emergency and International Concern, PHEIC”), pero no se limita a cuestiones médicas y sanitarias, sino que es un grave problema social. La pandemia no sólo supone una grave amenaza para la vida y la salud de los ciudadanos globales, sino que también cambia en gran medida la trayectoria del mundo. Situaciones asociadas a la pandemia como la recesión económica, el cierre social, la expansión del poder e incluso las fricciones internacionales han suscitado graves preocupaciones sobre el futuro del desarrollo mundial sostenible. La *infordemic*, en otra palabra, la epidemia de información, que ha acompañado a la pandemia de COVID-19 ha creado un pánico masivo de información a escala mundial, y diversos tipos de desinformación y *fake news* han exacerbado el peligro de la pandemia para la salud de los ciudadanos globales.

En la presente investigación se pretende estudiar y analizar la difusión de información falsa y las percepciones de los ciudadanos sobre los rumores y *fake news* epidémicas en la primera etapa de la pandemia en China desde la perspectiva de la Comunicación para Desarrollo y Cambio Social (CDCS) y la Comunicación para la Salud. Esta perspectiva teórica ofrece la posibilidad de promover el desarrollo, la participación ciudadana y el cambio social en asuntos relacionados con la salud pública

Palabras claves: Comunicación para la Salud, *fake news*, rumor, ESPII, Comunicación para Desarrollo y Cambio Social, redes sociales, COVID-19

Abstract

The COVID-19 pandemic is a true global crisis that human society is facing in the 21st century so far, causing great panic throughout the world and even catastrophic consequences in many regions. It is a public health event and a medical problem that manifests itself in the form of a Public Health Emergency Concern (PHEIC), but it is not limited to medical and health issues, but is a serious social problem. The pandemic not only poses a serious threat to the lives and health of global citizens, it also greatly changes the trajectory of the world. Secondary disasters such as economic recession, social closure, expansion of power and even international frictions caused by the pandemic have raised serious concerns about the future of sustainable global development. The *infordemic*, in other words, the information epidemic in the pandemic, accompanied with the COVID-19 pandemic has created a massive information panic on a global scale, and various types of misinformation and *fake news* have exacerbated the danger of the pandemic for the health of global citizens.

In this work, the author would like to study and analyze the dissemination of false information and the perceptions of citizens about rumors and epidemic *fake news*

in the first stage of the pandemic in China from the perspective of Communication for Development and Social Change (CDCS) and Health Communication, consider the repercussions of false information on Health Communication and CDCS, and explore solutions to counteract fake news, improve Health Communication and promote development and social change.

Keywords: Communication for Health, fake news, rumor, PHEIC, Communication for Development and Social Change, social network, COVID-19

ÍNDICE

1. Introducción	2
2. Objetivos	3
2.1 Objetivo general	3
2.2 Objetivos específicos	3
3. Marco teórico	3
3.1. Comunicación para el Desarrollo y Cambio Social.....	4
3.1.1. La definición de Comunicación para el Desarrollo y Cambio Social (CDCS) y la relación entre CDCS y la Comunicación para la Salud	4
3.1.2. La evolución del campo de la CDCS	5
3.2. La práctica con éxito de los medios comunitarios en la comunicación participativa ..	11
3.2.1. La importancia de los medios comunitarios para la CDCS	11
3.2.2. Los medios comunitarios de la CDCS en China	13
3.3. La Comunicación para la Salud	15
3.3.1. La definición, la dimensión y las prácticas de la Comunicación para la Salud ..	15
3.3.2. La diversidad de los medios y la mediación de la Comunicación para la Salud	18
3.3.3. La comunicación de emergencia sanitaria en el SARS y el COVID-19.....	21
3.3.4. La aplicación del Big Data en la Comunicación para la Salud	24
3.4. Los rumores en la CDCS y en la Comunicación para la Salud	25
3.4.1. Hacia una definición de <i>fake news</i>	27
3.4.2. Características, líneas estratégicas y tipologías de <i>fake news</i>	30
3.4.3. El lado oscuro de la acción colectiva en las redes sociales	35
3.4.4. Medidas y acciones contra los rumores, mejor este título.....	37
4. Diseño metodológico	41
4.1. Análisis de contenido	42
4.2. Entrevistas en profundidad.....	47
5. Análisis de los datos	479
5.1. Análisis de contenido	49
5.2. Entrevistas en profundidad.....	55
6. Conclusiones	61
7. Bibliografía	66

Análisis de los rumores en la pandemia de la Covid-19 en China desde la perspectiva de la Comunicación para la Salud

1. Introducción

Desde el fin de 2019 al comienzo de 2020, China experimentó un Año Nuevo Chino especial por el incidente del coronavirus. La pandemia de COVID-19 se inicia en 2019. Es causada por el virus coronavirus 2 del síndrome respiratorio agudo grave (SARS-CoV-2). Se identificó por primera vez el 1 de diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, capital de la provincia de Hubei, en la China central, cuando se informó de un grupo de personas con neumonía por causa desconocida, vinculada principalmente a trabajadores del mercado mayorista de mariscos del Sur de China, de Wuhan. La OMS la reconoció como una pandemia global el 11 de marzo de 2020.¹

Además, debido a su similitud con el SARS de hace diecisiete años, la expansión del coronavirus generó un gran pánico a escala global. Los rumores (en inglés “misinformation”) del COVID-19 que se difunden por las redes sociales ejercen una gran influencia en la ciudadanía. Considerando el rápido desarrollo de las tecnologías de medios digitales, y el cambio del estilo de la vida cotidiana, Internet se ha convertido en un centro de distribución para todos los tipos de información relacionados con la vida personal y social. Los rumores también aprovechan mucho las redes sociales e incluso se vuelven más populares que la información verdadera y correcta. Esto se produce, especialmente, entre los internautas que no tienen herramientas ni conocimiento de verificación que les permita distinguir lo correcto de lo incorrecto. A este tipo de usuarios de Internet les puede llegar a generar la sensación de pánico y otros daños adicionales.

En este trabajo, vamos a investigar los rumores y la desinformación generados alrededor del COVID-19, la emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII, en inglés “Public Health Emergency and International Concern, PHEIC”)², generada entre diciembre de

¹ [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it,%20https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2820%2930183-5,%20https://www.who.int/zh/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it,%20https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2820%2930183-5,%20https://www.who.int/zh/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020)

² Una ESPII se define en el RSI (2005) como “un evento extraordinario que, de conformidad con el presente Reglamento, se ha determinado que constituye un riesgo para la salud pública de otros Estados a causa de la propagación internacional de una enfermedad, y podría exigir una respuesta internacional coordinada”. Esta definición implica que la situación es:

- Grave, súbita, inusual o inesperada; tiene implicaciones para la salud pública que van más allá de las fronteras del Estado afectado, y puede necesitar una acción internacional inmediata.

2019 y marzo de 2020 en China. Compararemos la desinformación en torno a la COVID-19 con la generada por el SARS en 2003. Nuestra perspectiva de investigación tendrá en cuenta, de modo prioritario, las aportaciones de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS), especialmente las del subcampo de la Comunicación para la Salud. Nuestro objetivo final no solo es el de analizar las estrategias de desinformación, sino también proponer alternativas comunicativas.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar la influencia distorsionadora de los rumores a la hora de generar unos procesos de comunicación eficaces en la gestión correcta de la pandemia.

2.2 Objetivos específicos

2.2.1 Identificar y clasificar los rumores esenciales sobre el COVID-19 en el ámbito geográfico y en el periodo establecidos.

2.2.2 Observar las características, líneas estratégicas y tipologías de los rumores generados en torno a este tema.

2.2.3 Analizar la influencia que generan los rumores en la acción colectiva y ciudadana. Conocer la relación entre la participación ciudadana y la Comunicación para la Salud.

2.2.4. Proponer una serie de acciones, dentro de la Comunicación para la Salud, que potencien procesos de participación y articulación ciudadana en la gestión y resolución de la pandemia.

3. Marco teórico

Para comenzar a analizar el objeto de estudio de esta investigación, en primer lugar, hace falta presentar el contexto en el que se desenvuelve. Para ello, en primer lugar, se presentarán los rasgos básicos de la CDCS. Posteriormente se hará lo mismo con el subenfoco de la Comunicación para la Salud, con un énfasis especial en aquellas teorías que dan importancia a la participación ciudadana en la promoción de la salud. Finalmente se abordarán cuestiones relativas a los rumores y a las *fake news* que proliferan en torno a nuestra temática de estudio.

3.1. Comunicación para el Desarrollo y Cambio Social.

3.1.1. La definición de Comunicación para el Desarrollo y Cambio Social (CDCS) y la relación entre CDCS y la Comunicación para la Salud

Como sugiere Alfonso Dubois (2007), la definición del concepto de desarrollo no es única y cerrada. Además, refleja tanto la evolución del pensamiento y los valores dominantes de cada época como las visiones de futuro deseables. Si tomamos el punto de vista de la praxis, esta puede ser entendida como es la transformación del mundo por la reflexión y la acción llevadas a cabo por cada individuo (Freire, 1967). Arturo Escobar (1998) considera el concepto de desarrollo desde el punto de vista de los intereses occidentales y los reacomodos políticos que germinaron en este periodo.

Comprender los cambios en el desarrollo social es el primer paso a realizar desde el enfoque de la CDCS. El desarrollo y progreso de cada sector y el desarrollo holístico social se afectan mutuamente. La salud pública es un sector esencial en el desarrollo de la sociedad y de la vida de los ciudadanos. En la Declaración del Milenio de 2000, se recogen ocho Objetivos para el desarrollo humano referentes a los problemas de la vida cotidiana de mayor gravedad e importancia. Los ocho objetivos son:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Podemos ver que, entre los ocho objetivos, ocupa un lugar importante el tema de la salud. Una mejor salud es primordial para la felicidad y bienestar de los seres humanos. Entonces, cuando hablamos del desarrollo de la sociedad, hay que pensar, además, en el aspecto de la comunicación para la salud. Salud y desarrollo son dos temas que van de la mano.

Thomas Tufte (2008) muestra que el campo de la comunicación para el desarrollo, implica cambios sociales estratégicos en cada sector. La salud y bienestar de los seres humanos, como un aspecto imprescindible del desarrollo social, se vincula y guarda relación con otras dimensiones del desarrollo. Por lo tanto, podemos encontrar una gran cantidad de recursos

estratégicos para mejorar la comunicación para la salud y para apoyar a otros sectores a progresar en el desarrollo holístico de la sociedad.

El objetivo final de mejorar la salud pública es para el beneficio de cada ciudadano. Tufte (2007) discute el concepto de “ciudadanía de la salud” en el contexto globalizado. Plantea que tenemos la necesidad de enfrentar y responder a los desafíos de la salud en nuestras sociedades con un sentido de urgencia. Entre ellos, el desafío radical es cómo necesitamos tratar condicionantes sociales como la violencia, las desigualdades sociales o la injusticia en la vida diaria. Además, Tufte (2007) señala que, hoy en día, muchos aspectos de salud pública no se circunscriben a cuestiones directamente relacionadas con la salud, sino más bien con asuntos relacionados con la ciudadanía. Es decir, si queremos identificar los problemas vinculados a la Comunicación para la Salud con el fin de superar los desafíos planteados, tenemos que pensar en dimensiones como la cultura, el desarrollo o el cambio social.

3.1.2. La evolución del campo de la CDCS

El campo de la investigación del desarrollo se expande gradualmente desde los aspectos económicos y materiales hasta los aspectos éticos y culturales; desde las estado-naciones y las regiones subdesarrolladas hasta el sistema capitalista y el todo global. Las ideas asociadas al desarrollo van pasando del mero crecimiento económico a otras visiones más amplias y complejas. La constante evolución de las perspectivas de desarrollo ha llevado a que las investigaciones sobre el desarrollo se centren cada vez más en las dimensiones subjetivas y culturales asociadas a él.

Siguiendo a Servaes (2003), la evolución de la investigación sobre el desarrollo desde la Segunda Guerra Mundial ha ido evolucionando desde el enfoque de la modernización, al de la dependencia y finalmente al de la multiplicidad. Vamos a tomar a este autor como referencia a la hora de sintetizar las tres etapas principales de la Comunicación para el Desarrollo. La teoría de la modernización es la tendencia principal de la investigación del desarrollo en la etapa comprendida desde 1945 hasta 1965. A fines de la década de 1960, los límites de la teoría de la modernización fueron puestos a prueba en la práctica; posteriormente viene la teoría de la dependencia basada en las contribuciones de los investigadores latinoamericanos, hasta los 80'. Desde la década de 1980, la idea de la multiplicidad se ha convertido en la teoría dominante en la investigación del desarrollo.

3.1.2.1. El paradigma de modernización

Según el resumen de los planteamientos de Servaes que hemos mencionado arriba, la primera etapa de la modernización empieza en 1945 y termina en 1965.

En esta etapa, se considera que es el atraso en los valores y en las ideologías dominantes en los países tercermundistas, comparado con los países desarrollados, la causa de la pobreza

y la desigualdad en su sociedad. Por ello, el paradigma de la modernización es un proceso vertical de transferencia de la tecnología y la cultura sociopolítica desde los países desarrollados hacia el denominado Tercer Mundo, que todavía tiene una formación social más tradicional (Marí, 2011, p.165).

Jan Servaes y Patchanee Malikhao (2005) caracterizaron el desarrollo (tal y como es entendido en esta etapa) como economicista, unidireccional y progresivo. Los desequilibrios entre las sociedades pobres/tradicionales y las ricas/modernas son medidos exclusivamente en términos cuantitativos. Por otra parte, Manuela Mesa (1990) analiza el desarrollo implícito a esta etapa como un proceso vinculado con un desarrollo entendido como crecimiento e identificado por su carácter orgánico, inmanente, direccional, acumulativo e irreversible. En este enfoque plantea que la sociedad avanza por el camino del crecimiento económico y por el progreso asociado al uso de las tecnologías.

El papel de las TIC y de los medios de comunicación en el enfoque de la modernización

Hablando de la parte de las innovaciones de tecnológica-científicas, el papel de las tecnologías de la información juega un papel importante como medio para transmitir innovaciones desde la sociedad desarrollada a la sociedad subdesarrollada, convenciéndola para aceptar su patrón de desarrollo, especialmente en asuntos relacionados con la agricultura y con la educación para la salud (Marí, 2011, p.167). No podemos perder de vista la contribución - muy importante de esta etapa - del investigador estadounidense Everett M Rogers con su teoría de la difusión de innovaciones. Como muestra Marí en el libro *Comunicar para Transformar, Transformar para Comunicar* (2011) Rogers plantea que la difusión de innovaciones se centra en persuadir a la población de los países subdesarrollados, a través de los medios masivos, para que adopten las innovaciones y los pensamientos nuevos. que ésta tiene para cada individuo. Aquí, la función de los líderes de opinión es crucial, porque este grupo de población tiene la capacidad de moldear los principios ideológicos de la mayoría. En otras palabras, Rogers considera el proceso de cambio social como un proceso de difusión y promoción de innovaciones e invenciones, y la comunicación masiva funciona significativamente en la popularización de los nuevos conocimientos e invenciones.

En este modelo, Servaes y Malikhao (2005) descubren un vínculo interesante y complementario entre los líderes de los medios de comunicación masivos y los de la comunicación interpersonal. Los primeros adaptadores que dirigen la opinión de la mayoría son fundamentales para extender y difundir las posibilidades de las nuevas invenciones entre la población. En el paso siguiente, es más decisiva la comunicación interpersonal, cuando la mayoría ya conoce las nuevas invenciones, al haber sido persuadidas para aceptarlas.

El modelo difusionista de Rogers nos recuerda que los medios de comunicación masiva dan importancia a la influencia de los pensamientos nuevos y las nuevas tecnologías entre la población. Así puede avanzar el cambio social en la sociedad tradicional por medio de la difusión de las innovaciones a través de los medios de comunicación masiva. Sin embargo, Rogers (1962, como citado en Marí, 2011) se centra demasiado en el aspecto tecnológico sin pensar en disminuir las desigualdades sociales. Por eso, este modelo de desarrollo tiene su límite. Como Marí ha planteado:

“Se trata de un enfoque claramente exógeno, que proyecta el modelo de desarrollo gestado en el Norte sobre unos contextos sociales e históricos diferentes. El manifiesto no comunista de Rostow fracasa, principalmente debido a que el desarrollo no es un tren que invariablemente pase siempre por las mismas estaciones o etapas. No sirve el mismo modelo de desarrollo para todos los contextos y circunstancias”. (p.170)

Luis Ramiro Beltrán (2003) también critica que este modelo difusionista da demasiada importancia a los medios de comunicación masiva en la tarea de promover el cambio social. En esta línea, Cees Hamelink (1983) cuestiona este modelo por diferentes aspectos: ¿Es adaptado por la cultura local y por su estructura social? ¿Por qué no resuelve los problemas sociales? ¿La importación de la tecnología extranjera impedirá promover los recursos locales? En otro orden de cosas, nos podríamos preguntar: ¿están presentes estas teorías del desarrollo en nuestros días? Con el rápido desarrollo de Internet y la popularización de los terminales móviles, la velocidad de entrega de mensajes ha mejorado mucho. La identidad de las audiencias cambia; los usuarios de las redes sociales no son solamente receptores de información, sino que también se convierten en comunicadores. La interactividad y la participación en la comunicación han aumentado enormemente. Especialmente en el caso de las ESPII y del COVID-19, la voz medios como Twitter, Facebook, Weibo, WeChat o la denominada como periodismo participativo, que es el “*We Media*”³ en inglés, van por delante de los sistemas tradicionales de información. En este sentido, la difusión de la información basada en la participación ciudadana ha roto la estructura vertical del paradigma de la modernización. Aunque las TICs son muy eficientes para difundir las medidas en contra del coronavirus, esto no significa que todas las tecnologías son utilizadas y aplicadas del mismo modo en todo el mundo. La realidad es que cada país tiene una situación distinta dentro del modelo de desarrollo mundial, así como su propia cultura. La desigualdad en las condiciones

³ El concepto de “We media” aparece la primera vez en el libro llamado “We the media: grassroots journalism by the people, for the people” de Dan Gillmor, en el cual que se argumenta cómo los periodismos participativos han cambiado la vista de los medios de periodismo. (Gillmor, 2004)

económicas y sociales hace que muchos países subdesarrollados no puedan soportar el coste de utilizar las tecnologías avanzadas. Además, este modelo no entra a cuestionar la desigualdad del modelo de desarrollo económico mundial y la diferencia cultural. La simple transmisión de información a través de las tecnologías no es suficiente.

3.1.2.2. El Paradigma de Dependencia

Después de analizar los límites del paradigma de la modernización, pasamos a sintetizar algunos de los rasgos fundamentales de la etapa de la dependencia, que abarca desde 1965 hasta inicios de la década de los ochenta. Los académicos empiezan a pensar en la igualdad en la difusión de información y en la estructura socioeconómica, así como en la participación de la ciudadanía y en la identidad ciudadana.

La teoría de la dependencia tiene una clara influencia del análisis estructuralista (Marí, 2011). Se centra en el análisis de la totalidad del sistema, considerando que el subdesarrollo es causado por la interrelación entre economía, sociedad y político a nivel global. Por ello, los problemas se generan como consecuencia del intercambio desigual y de la dependencia económica y tecnológica entre los países desarrollados y los países subdesarrollados por la relación política y económica entre ellos. Los países subdesarrollados, como el Tercer Mundo, son sometidos a relaciones de dependencia por parte de los países desarrollados, o también denominados los países centrales.

Desde esta perspectiva, para los países centrales, es de esta dependencia desigual de donde se obtiene el desarrollo y las ventajas; para los países del Tercer Mundo, ocurre lo contrario, es decir, la existencia de la dependencia es una fuente o un factor importante de su subdesarrollo. En este sentido, la diferencia entre desarrollo y subdesarrollo es más de estructura que de grado económico debido a la relación dependiente entre centro y periferia.

En los setentas, los académicos latinoamericanos (en un primer momento proceden de allí) apelan a un concepto del desarrollo más democrático y participativo con un pensamiento comunicativo crítico.

La incorporación de la tecnología en los sectores productivos, por sí sola, no tiene el poder suficiente de promover este cambio social a nivel de estructura. La difusión de este modelo de desarrollo de la modernización tiene el riesgo de ampliar la desigualdad entre grupos diferentes de la sociedad. No es fácil transformar la sociedad solo con la comunicación en sí misma sin pensar en cambiar la estructura social. (Beltrán, 1985, p.79-80)

Por otro parte, Gumucio (2001) también señala que, con las luchas anticoloniales y los movimientos antidictatoriales, los intelectuales se esfuerzan por impulsar la esfera de la participación democrática. El subdesarrollo y la pobreza no solamente se originan en las culturas y prácticas sociales tradicionales; también hay que buscar las causas en las

relaciones de explotación por parte de los países hegemónicos, y el enorme desequilibrio social entre la clase rica y la pobre dentro de estas sociedades periféricas.

También nos podemos referir al informe ¿Qué hacer? (What now? en inglés), también llamado Dag Hammarskjöld Report, como otro apunte de este tema. Hammarskjöld (1975) mira el desarrollo como un proceso integrado e internacional de carácter ecológico, cultural, social, económico, institucional y político. Su objetivo es cumplir las necesidades humanas y eliminar la pobreza. Asimismo, es endógeno, que al definir la visión de futuro desde dentro de cada sociedad. Desde este punto de vista, el modelo de desarrollo demanda el cambio de sistema para conseguir una transformación integral y estructural de dentro a fuera.

Además, la elaboración del Informe McBride (1980), también conocido por el subtítulo “Un solo mundo, voces múltiples”, deja una huella significativa en el camino de explorar las nuevas soluciones para el desarrollo que permitan superar el desequilibrio estructural entre el mundo central y el Tercer Mundo en plano comunicativo Marí (2011, p.175). El informe McBride es el resultado de la investigación sobre los principales problemas de desarrollo al respecto de la comunicación. Denuncia la lógica capitalista en la comunicación y se centra en la importancia de la democratización de la comunicación. Fomenta la función esencial de la gente y promueve la participación comunicativa en el proceso de avanzar hacia el desarrollo. El interés hacia las necesidades de la población y la justicia social son otros objetivos fundamentales del desarrollo presentes en el informe.

En esta etapa de la dependencia, los intelectuales latinoamericanos nos muestran que el paradigma de la CDCS no debe ser una estructura vertical de arriba hacia abajo, sino una serie de prácticas interactivas multilaterales, un diálogo y un proceso participativo. En comparación con Rogers, ellos han promovido el desarrollo de la teoría de comunicación participativa en la comunicación horizontal, democrática y alternativa. Para disminuir la desigualdad y eliminar la pobreza, se necesita un cambio endógeno en la estructura social. El camino del cambio pasa por fomentar la participación entre los grupos más débiles y escuchar su voz para promover esos cambios sociales para un desarrollo con más igualdad y equidad.

3.1.2.3. El Paradigma de Multiplicidad

En relación a la etapa de la dependencia, como sugiere McAnany (1980) fue buena para identificar los problemas; sin embargo, no tuvo un buen resultado cuando intentó implementar las alternativas. Por ello, desde los años 80 hasta la actualidad, en base de las praxis de la etapa de dependencia, esta etapa da paso a la de la multiplicidad, empezando así una etapa nueva etapa para explorar los conceptos nuevos de la comunicación para el desarrollo y el cambio social.

Desde la década de los ochentas, en el siglo XX, las teorías relacionadas con la globalización fueron ganando protagonismo. En esta etapa, el foco del análisis se centró más en la identidad cultural y en la multidimensionalidad.

Cuando la globalización avanza la difusión de los frutos de la modernización, los riesgos de la sociedad aumentan conjuntamente en relación de cada respecto del desarrollo (Servaes y Malikhao, 2005, p.93). La tendencia del desarrollo mundial es diversificada, pluralizada y diferenciada.

Porque la globalización nos pone en una relación holística cada día más fuerte y su avance en paralelo ha convertido muchos problemas importantes de desarrollo en problemas mundiales que trascienden el estado-nación, como la protección del medio ambiente, la pobreza, etcétera. Desde esta perspectiva, el informe Nuestro Futuro Común (1989), también conocido con el nombre de "Informe Brundtland", puso en circulación el concepto de desarrollo sostenible.

Su objetivo es el multilateralismo y la interdependencia de las naciones en la búsqueda de un camino hacia el desarrollo sostenible. El concepto del desarrollo sostenible tiene la necesidad de unir a cada sociedad para buscar el bien común de todos usando eficientemente los recursos naturales. Asimismo, resalta la importancia de cuidar el planeta y dejarlo como herencia a las generaciones venideras y así no hacer daño al futuro. (Karlos Pérez de Armiño, 2000, p.213)

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) también propone en esta etapa el concepto de "desarrollo humano". Este programa, tal y como planteó en los ocho ODMs que hemos mencionado anteriormente, se dedica a buscar y a compartir las soluciones de enfrentar los desafíos de gobernanza democrática, erradicación de la pobreza, cuidado del medio ambiente y VIH/SIDA.

La globalización es como una espada de doble filo que ha hecho que el mundo sea más diverso y plural y, al mismo tiempo, ha intensificado la desigualdad entre los países ricos y pobres, impulsando la ciencia y la tecnología avanzadas en el mundo y trayendo diferentes problemas de desarrollo a todos ellos. La etapa de la multiplicidad está más centrada en el desarrollo cultural y humano, con énfasis en la sostenibilidad, que las etapas de modernización y dependencia que se centran más en lo económico y lo político.

El mundo en su conjunto es interdependiente. Ningún país está "plenamente desarrollado" en todos los aspectos, y sus problemas de desarrollo son diferentes. Por lo tanto, en el contexto de la globalización, es importante que cada sociedad se solidarice con las demás para lograr un desarrollo sostenible general.

La CDCS en sí misma es una teoría dinámica y evolutiva en constante revisión. Cada etapa del desarrollo tiene sus elementos de los que aprender. Después de la exploración de conceptos y prácticas, el paradigma participativo tiene la esperanza de construir la mejor plataforma para proveer las mejores soluciones para realizar el desarrollo humano. No podemos separar la acción social de los medios de comunicación de una manera simple.

Como hemos comentado anteriormente, las acciones comunicativas basadas en el modelo participativo dirigen la atención hacia el cambio estructural de la sociedad, ya que aquí están las causas de los problemas del desarrollo. En un segundo momento se ponen en marcha acciones comunicativas que buscan la participación de toda la sociedad, comenzando desde abajo y atrayendo el interés de los medios gubernamentales y comerciales. Este es el modelo que vamos a tener presente a la hora de analizar la pandemia del coronavirus planteada en nuestra investigación.

3.2. La práctica con éxito de los medios comunitarios en la comunicación participativa

3.2.1. La importancia de los medios comunitarios para la CDCS

Hoy en día, la globalización se ha convertido en una de las características más importantes de nuestra época. En este contexto, las tecnologías de la comunicación avanzan con vigor cambiando conjuntamente la estructura de los medios. Por otro lado, los movimientos altermundialistas emergen demandando la justicia económica, la toma de decisiones y democracia de la ciudadanía, la protección del medioambiente, etc. Por esta razón, se ve la necesidad de repensar sobre los medios comunitarios (Cebrián Herreros & García Matilla, 2002).

La definición de *medios radicales*, según la mirada de John Downing (2011), son los medios que activan a la esfera pública alternativa e interactúan con los movimientos sociales. Igualmente, son aquellos medios que no cooperan con el poder ni defienden al país, pero proponen planes alternativos al orden dominante de la sociedad. En esta línea, autores como Gumucio-Dagron y Cajías (1989) también muestran que diferentes grupos sociales se unen por su ideología y sus necesidades comunes con el fin de conquistar la esfera pública para expresarse desde sus medios comunitarios. Desde el punto de vista de Marí (2011), la idea de medios comunitarios no solo abarca la de instrumentos tecnológicos: también afirman la identidad y la función de la ciudadanía en el proceso comunicativo. Además, considera que el activismo se origina cuando los movimientos sociales tienen acceso a las tecnologías informáticas y se apropian del proceso de la comunicación.

En el contexto de Internet, el activismo mediático se interpreta como *hacktivismo*, promoviendo los movimientos en el ciber mundo (Marí, 2011). El activismo mediático, a nivel general y contextualizado por el ciber mundo, está vinculado a la corriente autónoma y libertaria del movimiento global. Esos grupos abogan por el movimiento de medios comunitarios, la Educación para los Medios y la CDCS.

La reconocida autora colombiana, Clemencia Rodríguez (2001), plantea el concepto de *medio ciudadano*. Desde su perspectiva, en contra del sistema social dominante, el empoderamiento de las comunidades y la identidad ciudadana se realizan con la adopción y la legitimación de los nuevos medios interactivos. Por otra parte, Chris Atton (2002) propone el concepto de *medio alternativo* y afirma su potencia en prácticas para el Cambio Social con el fin de reflexionar la comunicación en el ambiente de Internet, como las nuevas formas de comunicación digital, en las que destaca el potencial transformador de estos medios como prácticas de comunicación reflexivas en el núcleo de las redes sociales y las tecnológicas.

Como Gumucio-Dagron (2001) menciona, la comunicación alternativa y participativa nace por la acción social y política con el objetivo de incluir la participación ciudadana democrática en la esfera pública, construyendo parte del concepto de la Comunicación para el Cambio Social. Asimismo, Peter Lewis (2008) considera que los medios comunitarios promueven la cohesión social y Denis McQuail (1991) habla sobre el carácter instrumental de estos medios para la construcción de identidades por la función centrípeta en ciertas acciones sociales y temporales. En comparación con los medios dominantes, los medios comunitarios tienen como objetivo motivos humanitarios, culturales o educativos en lugar de un objetivo puramente comercial. De este modo, incorporan la participación ciudadana en la agenda pública y la toma de decisiones.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) puede ayudarnos a comprender los diferentes conceptos con sus objetivos. Dicha organización es una red internacional de radios comunitarias y federaciones —así como de instituciones y personas— que trabajan para el desarrollo del sector de la radiodifusión comunitaria en comunidades a nivel regional e internacional. Sus cuatro regiones de actuación se sitúan en África, zona Asia-Pacífico, Europa, América Latina y El Caribe. El objetivo general de AMARC es ayudar a empoderar a quienes participan en radios comunitarias para que sus voces sean escuchadas y, de este modo, permitirles participar en el desarrollo de sus comunidades y contribuir a la construcción de sociedades democráticamente resistentes. Dentro de las cuatro zonas, el objetivo de AMARC Asia-Pacífico es promover la justicia social y el desarrollo humano sostenible, democrático y participativo. En la consecución de su objetivo, el propósito de AMARC es amplificar las voces de los excluidos y marginados a través de los medios de comunicación

comunitarios y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; apoyar el acceso popular a las comunicaciones; y defender y promover el desarrollo de la radio comunitaria.

AMARC describe la radio comunitaria bajo el *claim*: "para el pueblo, del pueblo y por el pueblo". Señala que la radio comunitaria es un sector mediático distinto y una alternativa vital a la radiodifusión pública de propiedad estatal y a los medios privados comerciales. Es un medio importante para que las comunidades expresen sus propias cuestiones y preocupaciones en sus propios idiomas y de manera culturalmente apropiada para ellas.

Los objetivos de estos medios se definen por las propias audiencias —procedentes de todos los grupos sociales para expresar sus demandas— y por no ser aceptados pasivamente por el dominante (Peter Lewis, 1993). Por otra parte, a diferencia de los medios masivos, los medios comunitarios (como las radios comunitarias o *We Media* en el contexto de Internet) se centran en materias comunitarias y fijan su mirada en dar solución y resolver los problemas de las comunidades. En la comunicación comunitaria, los miembros de la comunidad son el componente dominante del desarrollo y, los medios comunitarios, son su herramienta para cumplir con las necesidades de las comunidades desde la participación, el diálogo y la integración cultural. Al igual que los *hashtags* en las redes sociales o el video de la campaña contra el COVID-19 realizado por los internautas de las comunidades digitales, las prácticas nos muestran el esfuerzo y la importancia de la apropiación de los medios comunitarios para unir a las personas y fomentar su participación en los movimientos sociales con el fin de conseguir el progreso y el desarrollo social.

3.2.2. Los medios comunitarios de la CDCS en China

Recordando el desarrollo de la pandemia del COVID-19, el primer caso conocido fue hallado en la ciudad de Wuhan, China. Desde la explosión de la difusión de la información sobre el virus desconocido, múltiples medios de comunicación de diferente dimensión participan para originar un Cambio Social holístico en contra de la pandemia. Para investigar la comunicación de la enfermedad, se cree necesario conocer un poco más de información sobre los medios comunitarios que participan en contra del COVID-19 en China. Así, de entrada, habría que decir que hablar de medios comunitarios en el contexto chino es un tanto aventurado, ya que el contexto sociopolítico e institucional de China es bastante diferente de los contextos habituales en los que emergen y funcionan los medios comunitarios en otros lugares del mundo.

Desde los años noventa del siglo XX, el gobierno chino enfoca con más importancia el desarrollo comunitario y lo ubica en la agenda política. La conciencia de la identidad ciudadana y la intención de participar en la esfera pública aumenta conjuntamente entre los ciudadanos (Cai, 2019).

En este contexto, la comunicación juega un rol clave para la transformación social. No hay desarrollo positivo sin comunicación participativa. Como ya se ha comentado anteriormente, la necesidad del sistema de comunicación participativo, localizado y horizontal, es mayor en el marco del concepto de desarrollo centrado en el progreso humano. En este sentido, las prácticas de desarrollo de China han atraído la atención del mundo. Sin embargo, según Han Hong (2018), la composición de los medios de comunicación de China se ve afectada por el fracaso en el desarrollo de los medios de comunicación alternativos, lo que no se corresponde con los requisitos inherentes a la CDCS. Hu Yong (2011) argumenta desde la perspectiva de la movilización social que el establecimiento de redes refuerza las conexiones y la acción colectiva entre el pueblo chino debido a la falta de libertad de expresión, reunión y asociación en la sociedad real. Esto hace que la movilización cibernética sea indispensable y, a veces, el único camino para la resistencia al estilo chino. El artículo 35 de la Constitución de la República Popular China establece que los ciudadanos de la República Popular China tienen libertad de asociación, sin embargo, en la práctica, el derecho a formar libremente sindicatos está limitado por la ley. En otras palabras, a diferencia de la democracia al estilo occidental —en la que es relativamente difícil lograr la participación comunitaria en un ambiente físico—, el mundo digital puede proporcionar un entorno más relajado para la participación ciudadana, en el que los ciudadanos pueden expresar sus opiniones en la esfera pública, convocar los derechos contra el poder y promover el desarrollo para el cambio social mediante plataformas como las redes sociales y los We Media, lo que hace de Internet un canal importante para conseguir el objetivo de la participación ciudadana democrática en la esfera pública.

En la investigación de Cai Xiliang (2019) los medios tradicionales, como la televisión o el periódico, dominaban la comunicación comunitaria antes del auge de Internet. Desde mediados hasta finales de la década de 1990, la televisión —como canal "económico" y efectivo para la gobernanza de base nacional— se ha convertido en un canal de comunicación "directo" entre el gobierno central y las comunidades de base, y el contenido ha logrado la comunicación a nivel nacional. Además de los medios tradicionales controlados por el estado, desde un punto de vista cultural, es interesante como la comunicación comunitaria, los recursos culturales indígenas de China, las relaciones interpersonales y los grupos de activistas comunitarios han jugado un papel importante en la transmisión de la información entre, por ejemplo, el "Comité de la Comunidad" y los "Residentes Ordinarios". Por lo tanto, esta parte de la "gente clave" o "equipo central activo" también es parte de los medios comunitarios, al menos del modo en el dichos medios toman forma en la peculiar realidad de China.

Los mensajes sobre la vida, la salud y el bienestar pueden llegar a la población a través de la difusión en esos medios tradicionales, influyendo de este modo a la población, invitando a

cambiar el estilo de la vida para un mejor desarrollo respecto a la salud. Sin embargo, dado que los diversos agentes de comunicación representan a diferentes grupos de interés, la función principal de los medios comunitarios establecidos por los departamentos gubernamentales, las comunidades barrios y los grupos de medios es todavía la de mejorar la gestión de base y fortalecer la construcción comunitaria. No obstante, aún no se ha creado ninguna plataforma para la participación comunitaria, el diálogo y la interacción de los residentes de la comunidad. De este modo, el *feedback* a los comités del barrio sigue siendo la forma común utilizada.

En la era de la globalización, el surgimiento de Internet ha provocado la aparición de comunidades virtuales y ha cambiado el modelo tradicional de comunicación lineal. En este sentido, destaca la importancia del modelo de diálogo en la comunicación. Las primeras aplicaciones *Web 2.0* (foros, blogs, RSS, etc.), las aplicaciones surgidas por cambios en los receptores terminales (SMS, periódicos digitales en teléfonos móviles, etc.) y los nuevos medios creados posteriormente –como las redes sociales– florecieron en China a partir de 2003 (Hu & Chen, 2019).

La forma descentralizada de difusión de información en Internet ha promovido la interacción y la participación colectiva dentro de los grupos comunitarios, y ha proporcionado una solución para los mecanismos de *feedback* e interacción de los residentes que faltaban en la estructura de comunicación comunitaria original. Así, la población puede tener la oportunidad de expresarse dentro de la esfera pública y la “opinión pública” y comenzar a conseguir la atención del poder. Por ello, el empoderamiento de la ciudadanía impulsa la participación ciudadana para influir en la formulación de las políticas sanitarias y, posteriormente, avanzar en el desarrollo personal y social por el cambio estructural.

3.3. La Comunicación para la Salud

3.3.1. La definición, la dimensión y las prácticas de la Comunicación para la Salud

Existe una amplia diversidad de definiciones sobre la comunicación para la salud. Algunos académicos han definido la Comunicación para la Salud desde la perspectiva de la comunicación interpersonal. Creen que este tipo de comunicación es la relación interactiva entre los pacientes, los proveedores médicos y las innumerables actividades de comunicación interpersonal en la sala de tratamiento (Burgoon, 1992). Es una acción que convierte los frutos de investigaciones médicas en conocimientos de salud para que sean entendidos por el público general, y por lo tanto, con el objeto de reducir la prevalencia de enfermedades y mortalidad y mejorar efectivamente la calidad de vida y la salud de una comunidad o país (Rogers, 1994). Por otro lado, existen académicos que piensan que se deben utilizar los

medios de comunicación como un canal para ofrecer consultas relacionadas con la salud con el fin de prevenir enfermedades y promover la salud (incluyendo el *marketing* y el desarrollo de políticas de salud). Por tanto, la función de la comunicación para la salud sería el punto que conecta al médico, al campo especializado de la sanidad y al asunto de la sanidad pública (Jackson, 1992).

Desde el punto de vista del Desarrollo y el Cambio Social, como se ha comentado al comienzo de este trabajo, la Comunicación para la Salud es una de las partes que construyen la Comunicación del Desarrollo y el Cambio Social (Tufte, 2008). El beneficio y la participación de la ciudadanía son objetivos definitivos que se deben realizar. En este sentido, Tufte (2007) comenta que la Comunicación para la Salud, en su concepción convencional, usa la comunicación como una disciplina conductista para influir en la población los comportamientos individuales relativos a la conducta social, a fin de facilitar el desarrollo humano y el cambio social respecto a la salud. Gumucio-Dragon (2001) plantea que la comunicación podría construir canales importantes para conducir los planes en la salud comunitaria. En este punto, el autor bolivariano indica la importancia de los comunicadores especializados en la promoción para la salud. Es decir, a pesar del esfuerzo de los doctores o las personas especializadas en el campo de la salud, también se necesita pensar en el proceso comunicacional, en otras palabras, cómo impactar a la población para cambiar su comportamiento a partir de la promoción para la salud. En cualquier caso, los problemas de salud no solo se manifiestan a través de una enfermedad.

El tema de la salud, en sí mismo, es un tema amplio, como un árbol que tiene varias ramas. La comunicación para la salud es así también: pertenece al campo de la investigación profesional en comunicación y es un complejo sistema multidimensional y multinivel. Conocer las dimensiones de la comunicación para la salud puede ayudarnos a comprender mejor la dirección que se necesita seguir para hallar las soluciones que ayudarán en el avance de la comunicación para la salud.

La comunicación para la salud es muy diversa en la composición de los temas: medicina, salud pública, atención médica, comunicación, sociología, psicología, psicología social, semiótica, derecho, antropología, educación, gestión y *marketing* y otras disciplinas desde diferentes ángulos proporcionaron el apoyo de la formación del marco disciplinario y el paradigma teórico del aprendizaje. Un investigador chino de este campo, Zhang Zili (2005), nos muestra nueve dimensiones de la investigación de la comunicación para la salud, que son:

1. Investigación sobre los medios de comunicación masivos de la salud pública y sus efectos.

2. Investigación de la comunicación organizacional de la salud.
3. Investigación sobre la comunicación de la salud interpersonal con “relación médico-paciente” como núcleo.
4. Investigación sobre educación y promoción de la salud.
5. Investigación sobre el entorno externo de la comunicación de la salud.
6. Investigación sobre la comunicación de la salud y cultura.
7. Investigación sobre temas especiales como el SIDA, la eutanasia, la homosexualidad y el trasplante de órganos.
8. Investigación sobre la historia de la comunicación de la salud.
9. Emergencias de la salud pública (investigación sobre la propagación de la crisis de salud).

Según el resumen de Zhang Zili (2005), entre esas nueve dimensiones, la educación para la salud es fundamental para mejorar la salud de la ciudadanía, que forma una parte importante de las actividades de la promoción para la salud. Además, el llamado *entorno externo de la comunicación* para la salud incluye situaciones de comunicación y situaciones sociales. Desde la perspectiva de las situaciones sociales, el desarrollo de la Comunicación para la Salud se ve profundamente afectado por factores sociales y políticos, de los cuales, los más importantes son el papel de las políticas y la legislación de la salud. Estas acciones no pueden llegar a la meta del desarrollo social positivo sin la participación ciudadana y los factores culturales y sociales.

Por otra parte, la crisis sanitaria del SARS en 2003 dio la voz de alarma al mundo: hizo que la población se diera cuenta de la importancia de la comunicación de la salud y se estableció un nuevo término entre la mayoría de las personas: emergencias de salud pública. De hecho, las emergencias de salud pública no son, como la mayoría de la gente piensa, accidentes aislados. Por el diferente alcance y la gravedad del impacto, algunas emergencias de salud pública han llamado la atención de la opinión pública. No obstante, en realidad, más de una de ellas ya ha pasado por nuestras vidas. Después del SARS, hubo muchas emergencias de salud pública que entraron en nuestra opinión y vida tales como la gripe aviar o el gripe A (H1N1⁴). Una

⁴ La gripe por A (H1N1) es una infección respiratoria aguda y muy contagiosa de los cerdos, causada por alguno de los varios virus gripales de tipo A de esa especie. La morbilidad suele ser alta, y la mortalidad baja (1%-4%). El virus se transmite entre los cerdos a través de aerosoles, por contacto directo o indirecto, y a través de cerdos portadores asintomáticos. Durante todo el año se producen brotes en esos animales, pero la incidencia es mayor en otoño e invierno en las zonas templadas. Muchos países vacunan sistemáticamente a sus cabañas de cerdos contra la gripe por A (H1N1). (OMS,2009)

característica común de estos incidentes es que desencadenaron el pánico social en diversos grados. Estudiar las causas y los mecanismos de tales incidentes, así como la comunicación efectiva y los planes de emergencia después de una crisis, no solo tienen un gran valor académico, sino que también tienen un importante significado de orientación práctica.

En el contexto de la globalización, las consecuencias que conllevan las diferentes dimensiones de este proceso nos dejan tanto desafíos como oportunidades a la hora de construir una sociedad saludable fundada en los principios de las ciudadanías de la salud. El profesor Thomas Tufte (2008) señala que un problema existente en las prácticas en comunicación para la salud es la desconexión con otros problemas sociales. Solo se centran en el cambio de comportamiento a nivel individual, ignorando las causas que residen en factores como el aspecto político y socioeconómico. Por ello, las adversidades en la salud pública que se generan por problemas sociales —como la desigualdad y la voz de los grupos marginados— no se han resuelto de forma correcta y afectan más que los propios problemas derivados del sistema de salud pública. Por ello, se necesita considerar y vincular la Comunicación para la Salud con los problemas graves de otros aspectos vinculados al desarrollo como son el ejercicio de la ciudadanía, el empoderamiento, las condiciones socioeconómicas, la cultura, las relaciones de poder y las prioridades políticas, con el fin de realizar una mejor práctica de la Comunicación para la Salud y tomar la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social como uno de los enfoques principales en el desarrollo respecto a la salud.

Según la opinión de Tufte y Gumucio-Dagron, podemos ver que la comunicación para promover la salud ocupa la participación de cada grupo de la sociedad: desde un nivel individual o desde las comunidades urbanas y rurales, hasta los grupos de base y las ONG. No solo es un trabajo en la agenda de gobiernos u organizaciones especiales relacionados con el tema de la salud, sino que es la responsabilidad de un ciudadano como persona. Más que el contenido que necesitamos difundir, a su vez existe la necesidad de considerar la participación múltiple.

3.3.2. La diversidad de los medios y la mediación de la Comunicación para la Salud

Al ser el tema de la salud una parte esencial en la Comunicación para el Desarrollo, Gumucio-Dagron (2010) muestra el significado de la *promoción de la salud* planteado por C.E. Winslow:

La promoción de la salud es un esfuerzo de la comunidad organizada para lograr políticas que mejorarán las condiciones de salud de la población y los programas educativos, para que el individuo mejore su salud personal, así como para el desarrollo

de una maquinaria social que asegure a todos los niveles de vida adecuados para el mantenimiento y mejoramiento de la salud. (Cerqueira, 1997)

La promoción de la salud y el bienestar de la población está relacionada con el desarrollo general de la ciudadanía y el progreso general de la sociedad. Desde la perspectiva de la estrategia nacional de desarrollo, el plan nacional de salud refleja los valores generales y la visión de desarrollo de un país para su salud nacional. La implementación de la estrategia nacional de salud está relacionada con el desarrollo nacional y el bienestar fundamental de la ciudadanía (Shi, 2016).

En 1948, la Organización Mundial de la Salud (OMS) propuso que la salud fuera un derecho humano básico. En 1977, la Asamblea Mundial de la Salud presentó el objetivo estratégico global denominado *Salud para todos en el año 2000*. En 1978, la OMS declaró claramente en la *Declaración de Alma Ata*⁵ que la atención primaria de la salud es la forma clave y básica para lograr el objetivo de la *Atención de Salud para todos* en el año 2000. En 1986, la OMS adoptó la Carta de Ottawa en la primera conferencia mundial de la promoción de la salud, que por primera vez explicó completamente el concepto, los principios y la dirección del desarrollo del futuro de la "*promoción de la salud*". Este hecho promovió directamente el inicio de la estrategia titulada *País saludable y Ciudad saludable*, para que fuese ampliamente practicada en todo el mundo. En 1998, la OMS propuso la estrategia global denominada "Salud para todo en el siglo XXI". Esta iniciativa, además de seguir apuntando a los indicadores del desempeño del sistema de salud —tales como la salud, la salud básica y la enfermedad—, transformará el entorno vital y promoverá políticas nacionales de salud.

Los indicadores de desempeño departamentales y gubernamentales se han incorporado a los objetivos estratégicos mundiales del desarrollo de la salud, con un fuerte énfasis en los comportamientos cambiantes y los determinantes sociales que afectan a la salud, y que han recibido una respuesta positiva de las Naciones Unidas. En el año 2000, la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas adoptó los Ocho Objetivos —como la lucha contra otras enfermedades, garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y la cooperación mundial para el desarrollo— que fueron útiles, al igual que el objetivo de desarrollo del milenio (ODM), y de forma conjunta permitieron colocar simbólicamente a la salud y el bienestar en el centro de la agenda mundial, y de este modo, se facilitó a la formación de una estrategia nacional de salud en los países. En 2015, la Cumbre de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas adoptó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que declaraba "garantizar una vida saludable y mejorar el bienestar de todas las personas de todas las edades" como un objetivo de

⁵ Organización Mundial de la Salud (1978) Atención Primaria de Salud. Informe de la Conferencia Internacional sobre Atención Primaria de Salud, Alma-Atá, URSS, septiembre de 1978. Ginebra.

desarrollo sostenible (objetivo de desarrollo sostenible, SDG), convirtiéndose en un nuevo requisito para todos los países del mundo para garantizar la salud y el bienestar de las poblaciones después de los ODM.

En teoría, observando el proceso de proposición de una estrategia nacional de salud, podemos estar seguros de incluir la promoción de la salud en la agenda política, pensar en cuestiones sociales y culturales fuera del sistema de salud y apoyar la participación comunitaria como un componente importante para promover el desarrollo y el cambio social.

Sin embargo, a su vez, Gumucio-Dagron (2010) critica las cuestiones que enfrentan al paradigma de la promoción de la salud convencional con el que estamos proponiendo en nuestro trabajo. En principio, la promoción de la salud necesita ser orientada hacia la cultura y la sociedad. Es otras palabras, cómo cuidar e involucrar los problemas sociales, culturales, de empoderamiento y democracia en el desafío que se afronta. No obstante, el desafío realmente importante es la superación de la fragmentación de los servicios de atención de la salud y la mala distribución de los recursos. Además, como hándicap, en las prácticas hay que hacer frente a la mirada sesgada e incompleta de los individuos y de las comunidades, que se antoja fundamental a la hora de resolver los problemas.

Otro gran problema que Gumucio-Dagron (2010) menciona en la aplicación de la promoción de la salud convencional es la falta de estrategias de comunicación e interacción que doten de significado a los programas de salud e incorporen la participación de la población. Como expone este autor, “el término ‘promoción’ es incomprensible si no encierra procesos de educación y de comunicación”. Es decir, los comunicadores especializados son necesarios para finalizar el proceso de promoción, como se ha comentado anteriormente sobre la importancia del papel de esta figura.

Por otro parte, haciendo referencia al papel de los comunicadores en la Comunicación para la Salud, siempre se trata de cargos ocupados por personal sanitario especializado que dirigen en comunicación. Como menciona nuevamente uno de los autores de referencia de este trabajo, Gumucio-Dagron (2010), el modelo de la comunicación entre los servicios de la salud y la población es vertical y unidireccional. Por otro lado, la causa de que el personal sanitario especializado no sea especialista en comunicación se debe a que estos tienden a centrar sus campañas de comunicación sobre el tema de las enfermedades en lugar de focalizarse en la salud comunitaria cuando las instituciones sanitarias diseñan los programas de comunicación para la salud. Al final, la comunicación que debería ser interactiva y participativa se convierte en un modelo que consiste en dar órdenes y obedecerlas, obviando el objetivo original de promover el desarrollo de la salud a partir de la participación ciudadana. Como Beltrán y González (1998) señalan, la ciudadanía es quien debe impulsar la promoción y la prevención

de la salud: la participación ciudadana debe ser un punto a evaluar en la intervención, en lugar de ser solo una parte del contenido de su trabajo en la comunicación para la salud.

En este punto, podemos tomar otro comentario de Thomas Tufte (2008) sobre los problemas hallados en la promoción para la salud. Este es el caso de la repetición del mismo patrón de campaña a la hora de comunicar diferentes materias o dirigirse a distintos grupos sociales. En el estudio del paradigma del *marketing* social que trataba el tema del SIDA, se marcó como objetivo cambiar el comportamiento individual para utilizar el preservativo como método de prevención (esta enfermedad se considera un problema generado a raíz de ciertos tipos de conducta sexual). Por tanto, esta epidemia puede afectar a cualquier persona, pero el riesgo de que los grupos socialmente marginados en condiciones económicas bajas puedan contraerla es más alto (Tufte, 2007). Obviamente, depender solo del cambio en el comportamiento individual sin considerar la realidad social de cada grupo no es suficiente para alcanzar su objetivo. Tampoco es ideal usar la misma estrategia para tratar materias diferentes. Como mencionaba Tufte (2008), muchas campañas usaban el mismo paradigma para tratar el SIDA así como la gripe aviar, que son tipos diferentes de enfermedades: una de estas enfermedades guarda más relación con problemas de desarrollo social — como la desigualdad o la pobreza a largo plazo— mientras que la otra es una emergencia sanitaria. La estrategia no debería ser igual a la hora de tratar con distintos contextos.

En conclusión, la Comunicación para la Salud, basada en la participación ciudadana y el empoderamiento de la ciudadanía para promover el desarrollo y el cambio social respecto al campo de la comunicación de la salud, necesita analizar y evaluar los factores sociales en el contexto de los distintos problemas de salud para aplicar un modelo y paradigma adecuados a la hora de plantear estrategias en la promoción para la salud.

3.3.3. La comunicación de emergencia sanitaria en el SARS y el COVID-19

En el discurso⁶ público del 20 de enero de 2020 para el COVID-19, el presidente de China, Xi Jinping, pronunció las siguientes palabras:

Debemos priorizar la vida y la salud de los ciudadanos; frenar con determinación la propagación de la epidemia; publicar información oportuna sobre la epidemia y profundizar sobre la cooperación internacional; y fortalecer la orientación de la opinión pública y mantener la estabilidad social.

A finales de diciembre de 2019, cuando Wuhan descubrió el primer caso de COVID-19, muchas personas podrían no haber asociado este incidente con el "SARS" que arrasó el país

⁶ http://www.xinhuanet.com/politics/leaders/2020-01/20/c_1125486561.html 习近平对新型冠状病毒感染的肺炎疫情作出重要指示 强调要把人民群众生命安全和身体健康放在第一位 坚决遏制疫情蔓延势头 李克强作出批示

hace 17 años. Ahora, la pandemia causada por el nuevo coronavirus ha tocado una vez más los corazones de la población de todo el país. Si la historia es un espejo de la realidad, mirar hacia atrás en las personas y los eventos del pasado puede ser de gran importancia para enfrentar situaciones epidémicas similares de virus infecciosos en la actualidad. Para ser justos, en esta ocasión, las autoridades chinas han hecho un gran progreso en el tratamiento del nuevo coronavirus en comparación con el incidente del SARS producido en 2002-2003, aprendiendo muchas lecciones del incidente sanitario producido en ese año.

En noviembre de 2002 se produjo un caso inexplicable de neumonía en Foshan, Guangdong, China. Dado a que este caso no pertenecía a los 35 tipos de enfermedades infecciosas prescritas en ese momento en la "Ley de Control de Enfermedades Infecciosas" de China, no se informó. Pero en los más de dos meses transcurridos desde el inicio de la enfermedad, los medios no prestaron mucha atención a este caso. Hasta el 8 de febrero de 2003, el primer día hábil después del Año Nuevo Chino, no se produjo un hecho relevante: un mensaje de móvil se extendió de repente entre la multitud en el que se decía "Gripe mortal en Guangzhou". El pánico social estalló. Hasta el mediodía del 10 de febrero de 2003, el sitio web oficial del Noticias Provinciales del Sur, gestionado por el Departamento de Comunicación del Comité Provincial del Partido de Guangdong, no anunció que se habían encontrado algunos casos de "SARS" en partes de la provincia de Guangdong. En la tarde del mismo día, el Southern Metropolis Daily usó dos páginas para cubrir una amplia gama de incidentes de SARS. La mayoría de los otros periódicos de Guangdong solo emitieron breves circulares oficiales. El 11 de febrero de 2003, el Gobierno Municipal de Guangzhou y el Departamento de Salud Provincial de Guangdong realizaron sucesivas conferencias de prensa para anunciar oficialmente el "SARS". Desde entonces, los informes de los medios locales sobre el SARS han sido abrumadores. La epidemia de SARS en Guangdong ha llamado gradualmente la atención del gobierno central.

Echando la mirada atrás en el estallido de la crisis del SARS, no se informó sobre la situación epidémica inicialmente identificada. El número de casos infectados tardó en actualizarse e incluso se ocultó, y los vínculos administrativos ineficientes y opacos causaron enormes obstáculos para la prevención y el control de la epidemia. En los primeros días del brote de SARS, los ciudadanos estaban extremadamente asustados. La situación pasiva, cuestionada por las organizaciones internacionales y el público en un momento, condujo a un gran cambio en los esfuerzos de la nación para luchar contra el SARS. Esto derivó en la divulgación oportuna y precisa de información relevante. La voz valiente y el cuestionamiento racional de los medios de comunicación hicieron importantes contribuciones a la divulgación de información veraz, precisa y transparente. La crisis del SARS nos hizo comprender realmente la importancia de la divulgación de información importante y la necesidad imperiosa de

establecer un conjunto de fuentes de información fijas, recopilación de información, divulgación de información, difusión de información y otros mecanismos de comunicación.

Además, la crisis del SARS es esencialmente una crisis social desencadenada por una ESPII. Nos recuerda que, si bien el énfasis suele estar en el desarrollo económico, también se debe prestar atención al desarrollo coordinado de servicios públicos como la seguridad social, la protección del medio ambiente, la educación y la salud. El crecimiento económico no debe sacrificar el medio ambiente, los recursos y el bienestar social a expensas de la mejora económica. Al mismo tiempo, debemos prestar más atención en la mejora de la "calidad". Por otro lado, esta ESPII ha despertado hasta cierto punto la conciencia moderna de las personas. La población comenzó a abogar por la ciencia y a tratar bien a la naturaleza, y tuvo una profunda reflexión sobre sus viejos hábitos de vida, como escupir, tirar basura, y cuestiones como la conciencia comunitaria.

En el comienzo del brote, el descubrimiento y la divulgación de la epidemia del COVID-19 fueron dirigidos y expresados por los We Media. A finales de diciembre de 2019, después de descubrir continuamente pacientes desconocidos de neumonía, los médicos de Wuhan publicaron las conjeturas relevantes de la condición y los resultados de las pruebas del virus como recordatorios para el grupo interno del médico en WeChat. Posteriormente, el titular "En Wuhan aparecieron pacientes con una neumonía inexplicable, sospecha de SARS" se extendió por la red⁷. Al mismo tiempo, se sospecha que el aviso interno de emergencia emitido por el Comité Municipal de Salud y Bienestar de Wuhan también se ha expuesto *online*, y ha comenzado a aparecer información sobre la epidemia de "COVID-19" en Wuhan. Sin embargo, este importante mensaje de alerta temprana no ha recibido la atención de los líderes del gobierno, y la policía de Wuhan lo bloqueó aún más el día de Año Nuevo en 2020.

El 20 de enero de 2020, la Comisión Nacional de Salud también emitió el Anuncio N ° 1 de 2020, que establecía que, con la aprobación del Consejo de Estado, la nueva neumonía infectada por coronavirus debería incluirse en la infección de Clase B prescrita por la Ley de la República Popular de China sobre Prevención y Control de Enfermedades Infecciosas Enfermedad (similar al virus del SARS). Se considera que se deben tomar medidas preventivas y de control para enfermedades infecciosas de clase A. En la noche del mismo día, el académico Zhong Nanshan también confirmó en unas declaraciones en CCTV que ("el fenómeno de alguien que transmite a las personas" y "la infección del personal médico"), según los informes de los medios, se había producido un estado de explosión. Además de la difusión espontánea de noticias de los *We Media*, como lanzar rescates y cuestionar la prevención y el control de epidemias, las plataformas comerciales y los principales medios de

⁷ <https://new.qq.com/omn/20191231/20191231A0JZ2T00.html>

comunicación también han comenzado a informar y a participar en la comunicación sobre el COVID-19. La plataforma comercial se basa en las ventajas de su tecnología de medios y recursos de usuario para el monitoreo de datos, integración de información y contra rumores oportunos. Los principales medios de comunicación ocupan la mayor parte de los informes de los medios debido a su profesionalidad y autoridad, ejercen el valor de servicio público de los principales medios tradicionales y, al mismo tiempo, aprovechan las ventajas de la tecnología de comunicación en red de los *We Media*, dirigiendo la opinión pública como líder de opinión oficial a través de diversos medios y canales de comunicación.

En general, en comparación con la propagación de las dos ESPII, la velocidad de acción del gobierno chino y la participación ciudadana —a todos los niveles— han mejorado considerablemente. Sin embargo, es lamentable que la propagación inicial del COVID-19 haya seguido, en cierta medida, los mismos errores del pasado: la falta de divulgación de información oficial del gobierno o la ausencia de medios locales en Wuhan son algunos ejemplos. La información de la epidemia solo se mantuvo en una forma de información fragmentada. Pero, debido al rápido desarrollo de la tecnología de Internet y los *We Media* en el contexto de la globalización, basada en el suministro independiente y el intercambio de información por parte de ciudadanos comunes en la plataforma de los *We Media*, el modelo de comunicación participativa y horizontal sustituye al modelo vertical y unidireccional. Especialmente, en el caso de una ESPII como el COVID-19, el público puede publicar y difundir información en cualquier momento a través de plataformas de *We Media* como Weibo y WeChat, que son el equivalente a Twitter, Instagram o Facebook en el mundo occidental, para ejercer la función de participación colectiva y la toma de decisión por parte de la ciudadanía y conseguir impactar en la formulación de políticas de la salud relevantes para combatir la epidemia. A partir de esto, podemos pensar que un gobierno abierto y su transparencia, la participación ciudadana activa en la toma de decisiones científicas y la respuesta racional, la supervisión de la opinión pública y la diseminación oportuna de información precisa de los medios, son prácticas necesarias en una comunicación de la salud que pretenda incidir en el cambio social.

3.3.4. La aplicación del Big Data en la Comunicación para la Salud

Los profesionales de la salud han considerado durante mucho tiempo que la cartografía convencional y, más recientemente, los sistemas de información geográfica (SIG), son instrumentos fundamentales para rastrear y combatir el contagio. El valor de los mapas como instrumento de comunicación floreció en los 25 años posteriores al servicio de la comprensión y el seguimiento de las enfermedades infecciosas, como la fiebre amarilla, el cólera y la pandemia de gripe de 1918 (Boulos & Geraghty, 2018).

En esta pandemia, los mapas con datos de *AI* y *Big Data* son importantes para la divulgación oportuna de la información. El John Hopkins University Map, WHO Dashboard, etc. son casos típicos de investigaciones sobre la cooperación entre la tecnología de *AI* y *Big data* y la Comunicación para la Salud⁸.

Tomaremos el ejemplo de la John Hopkins University Map donde hemos visto una revolución en la geografía de la salud aplicada a través de herramientas basadas en la web. Ahora, a medida que desplegamos estas herramientas para proteger las vidas humanas, podemos acceder a grandes datos de sus fuentes y mostrar los resultados en tableros interactivos casi a tiempo real. Estos cuadros de mando *online* se han convertido en una fuente de información fundamental durante el brote de COVID-19.

Sin embargo, la cooperación entre la Plataforma Médica Internacional es también un punto culminante de este mapa. En cuanto a los datos de China, se basan principalmente en el recurso de datos DXY.cn⁹, que se actualizan cada 15 minutos para informes de casos a nivel provincial y nacional.

La epidemia afecta a la política social y, combinada con los actuales avances tecnológicos, a los estilos de vida de las personas. Con el uso de la tecnología puede aumentar la transparencia de la información y mejorar la eficiencia de la difusión de información veraz y útil. El estilo de vida de las personas es un factor importante para la salud pública en China. Los cambios sociales en los estilos de vida también han aportado nuevos conocimientos en la mejora de la salud pública. La Comunicación para la Salud se ha centrado tradicionalmente en comunicar temas relacionados con la transmisión de enfermedades y la seguridad de la vida en el campo de la salud. No obstante, a pesar de ser cuestiones de vital importancia, también se debe poner el foco en la transmisión de la salud desde la perspectiva de la CDCS (la transmisión de la salud desde la perspectiva de la vida social fuera del sistema de salud), abordando las influencias no médicas, apoyando al sistema de salud mediante la influencia de participación en la formulación de políticas y la adopción de decisiones, generando cambios sociales nuevos y beneficiosos, promoviendo el desarrollo e influyendo en la sociedad en general, y de este modo, promoviendo así la transmisión de la salud.

3.4. Los rumores en la CDCS y en la Comunicación para la Salud

Cuando el SARS se desató, hace 17 años, la “epidemia de la información” corrió de forma paralela al virus, de manera que la población no fue consciente. Aunque Internet no estaba

⁸ <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>

https://covid19.who.int/?gclid=EAlaIqObChMlp7SSx9-x6wIVE7LVCh3Ogw6YEAAYASAAEgJtH_D_BwE

⁹ <https://ncov.dxy.cn/ncovh5/view/pneumonia>

todavía tan desarrollado como hoy en día, los medios "informales", es decir, los teléfonos inalámbricos, los mensajes de texto, los *paggers*¹⁰, los aparatos de fax y el correo electrónico, transmitían alguna combinación de hechos, rumores, explicaciones y propaganda al igual que los medios "formales" (Hu, 2020).

Durante el período del SARS en 2003, David J. Rothkopf, director general del grupo de estudio estadounidense Intellibridge Corp., acuñó el término "epidemia de información", que definió como los hechos, temores, especulaciones y rumores que se amplifican rápidamente y se transmitían en todo el mundo por las modernas tecnologías de la información, afectando a las economías nacionales e internacionales, la política e incluso la seguridad de una manera totalmente desproporcionada con respecto a la realidad subyacente. Su artículo en el *Washington Post*¹¹ señala que:

La historia del SARS no es una epidemia sino dos, y la segunda epidemia pasa en gran medida, desapercibida por los medios de comunicación, pero su impacto es mucho mayor que la propia enfermedad. Esto se debe a que no fue una epidemia viral, sino una 'epidemia de información' que hizo que el SARS se transformara de una mala crisis sanitaria regional en China a un brote económico y social mundial (p. B01)

La información tiene un enorme poder para influir a las personas. Hu señala que este poder de información, que influye en el comportamiento humano, a menudo se utiliza para difundir información errónea o noticias falsas. Con la llegada de los medios sociales y las nuevas tecnologías, las noticias falsas han competido ferozmente con las noticias reales en términos de producción y rápida difusión, especialmente cuando surgen grandes crisis de salud pública. En su opinión, el COVID-19 podría denominarse el primer sobresalto de información a gran escala del mundo. Debido a la nueva epidemia de coronavirus, las noticias falsas y la pseudociencia se han mezclado con las noticias reales y la ciencia, dando lugar a una mezcla de información que se suma a la incertidumbre y genera pánico. Las grandes masas de personas tratan de obtener más información y también hay una necesidad urgente de sembrar confianza.

¹⁰ Un *pager* es un pequeño dispositivo de telecomunicaciones que recibe (y, en algunos casos, transmite) señales de alerta y/o mensajes cortos. Este tipo de dispositivo es conveniente para las personas que esperan llamadas telefónicas, pero que no están cerca de un aparato telefónico para hacer o devolver llamadas inmediatamente. <https://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/pager>

¹¹ Rothkopf, David J. (11 de mayo de 2003). When the Buzz Bites Back. The Washington Post, B01. <http://www1.udel.edu/globalagenda/2004/student/readings/infodemic.html>

No solo los Estados están ocupados con todo tipo de noticias falsas, sino que incluso las organizaciones internacionales están preocupadas por ello. En su decimotercer¹² informe sobre la situación (OMS, 2020), la Organización Mundial de la Salud declaró que una “epidemia de información” masiva (“*infodemic*” en inglés) se estaba extendiendo rápidamente en la sociedad junto con un nuevo brote de coronavirus.

3.4.1. Hacia una definición de *fake news*

El término “noticia falsa”(en inglés, *fake news*) es familiar para todos. Pero, quizá, lo que cueste más trabajo sea dar una definición, aunque sólo sea aproximada, de sus características.

El término “*fake news*” actualmente no solo es un objeto de estudio para los investigadores académicos, sino que es un fenómeno existente en numerosos temas sobre la vida diaria. Además de ser usado para referirse a la desinformación, también alude a la demonización de los medios de comunicación tradicionales. Si observamos la cobertura mediática, parece que las *fake news* se definen como un *post* viral basado en una declaración falsa que se asemeja a un reportaje de noticias reales o aquellos artículos de noticias que son intencionalmente y probadamente falsos y que pueden engañar a los lectores (Allcott & Gentzkow, 2017: 213).

En los últimos años, además de ser una herramienta usada por los políticos para llamar la atención, las *fake news* también se han extendido entre cuestiones importantes como la salud de la población, la estabilidad social y el desarrollo económico. Tomando la crisis sanitaria del COVID-19 como ejemplo, Karishma Sharma et al (2019) han señalado a través de su análisis de Twitter durante esta pandemia que la desinformación del COVID-19 puede tener un impacto en la salud pública, en las políticas de intervención y en las futuras elecciones. Estos autores han hallado que estos *tweets* contenían noticias políticas de *clickbait*¹³ publicadas en el contexto de discusiones sobre la asequibilidad y el control de precios de una vacuna para el virus que se estaba estudiando. Se puede observar que estos casos de información errónea pueden socavar la eficacia de las políticas de salud pública y de intervención sanitaria. Académicos como Tandoc Jr., Zheng Wei Lim y Richard Ling (2018) también señalan que lo que es particularmente odioso es que estas falsas historias de noticias se escondan entre el contenido de las noticias reales y socaven la credibilidad de sus medios de comunicación.

¹² La Organización Mundial de la Salud (2 de febrero de 2020) Novel Coronavirus (2019-nCoV): Situation Report - 13

https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf?sfvrsn=195f4010_6

¹³ El término “*clickbait*” se refiere al “contenido cuyo principal objetivo es atraer la atención y alentar a los visitantes a hacer clic en un enlace a una página web determinada”.

No solo eso, sino que se han incluido entradas relacionadas con *fake news* en los principales diccionarios autorizados. Por ejemplo, el *Diccionario Collins* en 2017 eligió *fake news* como su palabra del año y la definió como “información falsa, a menudo sensacionalista, difundida bajo el disfraz de la noticia”. El *Cambridge Dictionary* define el término como, “historias falsas que parecen ser noticias, difundidas en Internet o usando otros medios, generalmente creadas para influir en puntos de vista políticos o como una broma” (López-Borrull, et al. 2018).

David M. J. Lazer et al (2018) definen las *fake news* como información fabricada que imita el contenido de los medios de comunicación en su forma, más que en su proceso de organización o en su intención. Los medios de comunicación falsos, a su vez, carecen de normas editoriales para asegurar la exactitud y credibilidad de la información. Las noticias falsas se superponen a otras barreras de información como la *misinformation* (información falsa o engañosa) y la *disinformation* (desinformación que se difunde deliberadamente para engañar a las personas).

Chou WS et al (2018) interpretan la *misinformation* como “una afirmación factual que actualmente es falsa debido a la falta de pruebas científicas” que se difunde sin restricciones, sin ningún tipo de examen reglamentario o entre pares, y sin ninguna verificación profesional. Esto hace que la distribución en los medios de comunicación sociales sea ideal y se amplíe con silos de información y cámaras de eco de contenido personalizado en tiempos de tensión pública, como la actual epidemia de COVID-19 (Zarocostas J, 2020).

Estudiosos como Sharma et al (2019) también hacen una distinción específica entre la definición de *misinformation* y la *disinformation*. Según su estudio, las *fake news* se refieren más específicamente a la *disinformation* con un propósito intencional, y a la *misinformation* para definir la inclusión de información falsa que puede no haber sido intencionalmente maliciosa. Las noticias con diversos grados de desinformación y sesgo pueden engañar e influir en la percepción pública, especialmente cuando se difunden ampliamente (Sharma, et al., 2019).

Raúl Rodríguez-Ferrándiz(2019) muestra el concepto de la expresión *fake news* del informe anual de *Reuters* en 2017 sobre la información en la red en su investigación. Propone que puede referirse a:

(aquella) noticia que se ‘inventa’ para ganar dinero o desacreditar a otros; noticia que se basa en hechos, pero se crea para adaptarse a una agenda particular; y noticia con la que la gente no se siente cómoda o no está de acuerdo.

Un estudio sobre los comentarios falsos *online* también aclaró el papel de la intención en la definición del contenido falso. Este estudio define las reseñas falsas como “reseñas engañosas diseñadas para engañar a los consumidores sobre sus decisiones de compra,

generalmente por revisores con poca o ninguna experiencia en el mundo real” (Zhang et al., 2016: p. 457). En las primeras horas de la mañana del 1 de febrero de 2020, todas las plataformas sociales estaban dominadas por el miedo ante un rumor sobre un medicamento llamado Shuanghuanglian. El *hashtag* #Shuanghuanglian puede inhibir el nuevo coronavirus# se hizo viral entre la población. Este hecho se originó el 31 de enero de 2020 a las 22:54 horas cuando una plataforma publicó un Weibo (similar a un *tweet*) titulado #Shuanghuanglian puede inhibir el nuevo coronavirus#. La plataforma Sina Weibo dijo al respecto:

El reportero se enteró a través de la Academia China de Ciencias y el Instituto de Farmacéuticos de Shanghai que dicho instituto —en una investigación conjunta con el Instituto de Virus de Wuhan— habrían obtenido resultados preliminares por los que el medicamento oral Shuanghuanglian podría inhibir el nuevo coronavirus.

Después de esto, se comprobaron los canales de venta *online* de las principales farmacias y se halló que en casi todas las marcas y tiendas de la plataforma de comercio electrónico (incluyendo Tmall y otras farmacias), el Shuanghuanglian estaba agotado. Una mujer de Zhengzhou, a la que se le ha diagnosticado COVID-19, ha provocado que los residentes de todo un edificio se trasladen a un hotel para pasar la cuarentena, por sospechar que ha contraído la enfermedad durante un viaje a una farmacia.

En 2004 aparece el término *post-truth* en un libro de Ralph Keyes, en el que se argumenta que bajo los términos de los presidentes estadounidenses Reagan, Clinton y Bush, la tolerancia de los ciudadanos hacia las mentiras de la clase política han aumentado considerablemente, por lo que se han reemplazado otros escándalos que hacen frente a la deshonestidad. Bajo la inspiración de Keyes, Rodríguez-Ferrándiz (2019) comenta sobre este tema que:

Una época “posverdadera” es aquella en la que la persecución de la verdad se ha vuelto inútil o quimérica. Entraríamos en una especie de suspensión voluntaria de la capacidad de juzgar los hechos por lo que son, como si averiguar cuáles son los hechos fuera tarea inútil y una querencia por asumir “hechos” ya teñidos de color. Dado que esos colores son más vivos y parecen aportar no solo una descripción, sino sugerir también una interpretación al hecho, permiten una justificación paradójica: es un hecho porque la interpretación lo explica de manera simple y económica (remontando el río de la lógica). (Rodríguez-Ferrándiz, 2019: e280314)

En resumen, lo que estas definiciones tienen en común es cómo las noticias falsas cambian la apariencia de las noticias reales. Además de cambiar la apariencia real de las noticias, a veces, también se usa para tomar prestada hábilmente la apariencia de las noticias reales para que parezcan legítimas.

Lo podemos considerar en estas dos dimensiones:

1. Desde la perspectiva de la realidad —si se basa en hechos o no— tiene una amplia gama de antecedentes sociales, sobre la base de los cuales puede constituir una narración ficticia.
2. Desde la perspectiva de la intención —si es para mostrar su propósito— una señal directa de que son noticias falsas puede ser el uso de formas atractivas sátiras y humor para favorecer el engaño potencial, o la propaganda intencional para ocultar su verdadero propósito, la información falsa.

3.4.2. Características, líneas estratégicas y tipologías de *fake news*

El público puede confundir fácilmente la información familiar duplicada con la información verdadera correcta. Por lo tanto, incluso en el caso de la *fact check*, la duplicación de información falsa puede aumentar la probabilidad de que las personas acepten las *fake news*.

La Universidad de Oxford, principal centro de excelencia que ha analizado el fenómeno de las *fake news*, afirma en su informe *Measuring the reach of “fake news” and online disinformation in Europe* (febrero de 2018) que las *fake news* tienen un alcance más grande de lo que pensamos.

En las redes sociales, los debates sobre noticias falsas, post-verdad y el uso de noticias y desinformación para manipular la opinión pública, son los más intensos (López-Borrull, Alexander; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre, 2018). Por ejemplo, Silverman (2016) describe que las desinformaciones más populares en Facebook son más ampliamente compartidas que las noticias reales más difundidas.

El estudio estadounidense llevado a cabo por el *Pew Research Center* en 2017 ha descubierto que una gran parte de la sociedad usa Facebook para aprender sobre lo que está sucediendo (Shearer & Gottfried, 2017). Aunque el 66% de los encuestados usa Facebook, el 45% lo hace para obtener información (no para saber qué están haciendo los amigos, ni para ver fotos de familiares y conocidos). Además de ser una red social, Facebook se ha convertido en un medio de comunicación y el contenido es lo que se distribuye.

Los medios de comunicación que difunden desinformación y tienen baja credibilidad han existido durante mucho tiempo, pero debido a la capacidad actual de crear y difundir contenido, han surgido prácticas relacionadas con la imitación, los rumores o los intereses políticos, sociales o económicos directos. Solo podemos ver su aumento, aunque en este punto no podemos predecir su impacto (Burkhardt, 2017).

Como comenta un investigador especializado en China en Internet, Hu Yong (2014), el *retweeting* es barato, lo que reduce la disposición de las personas a actuar porque muchas veces el usuario de Internet se deja llevar por la comodidad y la pasividad. Puede haber

algunos problemas con el reenvío sin verificación. De hecho, la verificación en sí es una de las acciones que hemos comentado como antídoto frente a las *fake news*. En última instancia, el vínculo entre nuestras acciones y la información se ha cortado, y las personas reciben la información para proporcionar una ayuda o una posibilidad en la toma de decisiones para sus acciones, este es un propósito central.

Aunque las noticias son construidas por los periodistas, las noticias falsas parecen ser co-construidas por las audiencias, ya que su falsedad depende, en gran medida, de si las audiencias perciben la falsedad como algo verdadero. Sin el proceso completo de engaño, las noticias falsas siguen siendo ficción. Las noticias falsas sólo pueden ejercer una legitimidad periodística cuando los espectadores las confunden con noticias reales.

Según el resumen de Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim y Richard Ling (2018), las noticias falsas se pueden dividir en los siguientes seis tipos: noticias satíricas, imitación de noticias, fabricación, manipulación, publicidad y propaganda.

La operación de desinformación más común son las noticias satíricas, que se refieren a programas de noticias simuladas que a menudo utilizan el humor o la exageración para proporcionar actualizaciones de noticias a los oyentes. Kohut, Morin y Keeter (2007) encontraron que las personas que ven programas de sátira son tan conocedoras de los acontecimientos actuales como las que consumen otras formas de medios de comunicación.

La naturaleza de entretenimiento y humor de los programas de noticias satíricas atrae fácilmente a los espectadores e influye en el discurso público y la opinión política (Brewer, et al. 2013). Un claro ejemplo de esto es el programa *The Daily Show* de American Comedy Central (Baym, 2005). Satirizan la política de los asuntos actuales basados en hechos reales con el propósito de proporcionar entretenimiento en lugar de información. Los conductores de los programas son comediantes o animadores en lugar de periodistas o locutores. En medio de esta pandemia global, *The Daily Show* ha proporcionado igualmente comentarios satíricos y humorísticos sobre varios puntos centrales de la epidemia internacional, y ha cambiado temporalmente el nombre del programa a *The Daily Social Distancing Show* para hacerse eco de la actual situación sanitaria de acuerdo con la política de confinamiento.

El término *imitación de noticias* se refiere a noticias ficticias que imitan noticias reales. Se imitan las formas tradicionales de los periódicos. En investigaciones de académicos como Edson C et al (2019), tomando como ejemplo al periódico *The Onion*, se descubre que a veces se confundía con sitios de noticias reales. *The Onion* siempre ha cubierto las "noticias" acuñadas en un tono serio, por lo que, en algún momento, incluso terceros han llegado a creer y citar los informes acuñados por *The Onion*. Se le pidió al *Beijing Evening News* que reconociera su falacia por una noticia ficticia llamada *Congres Threatens To Leave D.C.*

Unless New Capitol Is Built. Posteriormente, *Beijing Evening News* eliminó este artículo y respondió: “A menudo, algunos periódicos pequeños de los Estados Unidos crean algunas noticias alternativas para burlarse de las personas con el fin de ganar dinero”. En abril de 2009, *The Onion* ganó el Premio Peabody, y el galardonado dijo en su discurso que “las noticias de televisión por cable de 24 horas publicadas *online* por el tabloide satírico son agudas y, a menudo, difíciles de distinguir de las cosas reales”.

Las características de las noticias satíricas de imitación de noticias son las mismas: con el humor atraen la atención de la audiencia, y hacen lo posible para que la audiencia esté dispuesta a creerse el contenido. Al comparar las noticias satíricas con la imitación de las noticias, podemos ver que la diferencia esencial entre ambas y otros tipos de desinformación es que el público sabe que es una broma, es falsa y proporciona bromas puramente dedicadas al entretenimiento. La diferencia entre las noticias satíricas y las noticias de imitación es que las primeras se basan en los hechos, mientras que las segundas son puramente ficticias, lo que es esencialmente una noticia falsa.

Berkowitz y Schwartz (2016) argumentan que el papel de las noticias imitadas es similar al de las noticias satíricas formando parte de la "quinta industria" como "medios no convencionales" (columnistas y blogueros) al permitir la crítica de los medios de comunicación y las autoridades.

Con respecto a la creación de *fake news*, la diferencia entre éstas y las parodias de noticias ha sido destacada por estudiosos como Edison C *et al* (2019). La creación de *fake news*, una vez más, no tiene base en los hechos, pero, a diferencia de la imitación, no hay un entendimiento mutuo entre el autor y el lector ya que se trata de un acuerdo tácito de noticias falsas con el propósito de entretener a la audiencia con la intención de engañarla deliberadamente por motivos económicos o políticos. Este fenómeno, particularmente, se suele producir en situaciones sociales específicas que pueden ser más dañinas para el lector. Por ejemplo, la teoría de la conspiración de las relaciones chino-americanas en la crisis sanitaria del COVID-19 y la pugna por la compra de medicamentos para la prevención y el tratamiento de la enfermedad causada por la difusión de información falsa en las redes sociales.

En otras palabras, la falsificación de noticias es una desinformación que realmente consigue engañar a la audiencia, debido a que se trata de noticias falsas que imitan a noticias reales legítimas —los lectores no saben que esto es falso— por lo que erróneamente piensan que no es una broma, lo que provoca en el lector la dificultad de verificar la autenticidad del mensaje, pudiendo llevar a consecuencias adversas y a prejuicios políticos.

Al contrario de los tres tipos anteriores, que se centraban en la creación de guiones de texto, la “manipulación” es el periodismo visual basado en el procesamiento de imágenes, memes o

vídeos. Edison C. et al (2018) señalan que otro de los problemas de la manipulación es el uso indebido de esas tecnologías por parte de los medios de comunicación de masas con el fin de atraer la atención del público, dando lugar a problemas de saturación de información y de dificultad para verificar la fuente y la autenticidad de las imágenes de información. Hu Yong (2020) también señala que los “memes” en Internet se han vuelto virales de la misma manera que la epidemia de la enfermedad: extrae la información de su contexto y la vuelve a empaquetar de alguna manera real para que se ajuste a una visión del mundo particular. Uno de los ejemplos más conocidos de esta epidemia es un video muy popular titulado: "Una mujer china es adicta a beber sopa de murciélago de frutas". Aunque se reveló que el vídeo se había tomado en Palau en 2016, se ha citado repetidamente en el medio online como prueba de que los "repugnantes" hábitos alimenticios de los chinos han contribuido a la epidemia del nuevo coronavirus, ya que se ajusta a la narrativa racista imaginada por amplios sectores del público occidental sobre los chinos. Algunos usuarios de Twitter creen que el "coronavirus" debería llamarse "virus de la sopa de murciélago chino" porque es la causa de la epidemia. Si se reflexiona, el uso inapropiado de los contrastes es también un uso típico y deliberado de las *fake news* para engañar al público.

En publicidad y relaciones públicas, las noticias falsas también se utilizan para describir materiales publicitarios bajo la apariencia de informes de noticias reales, así como comunicados de prensa citados en forma de noticias. Por lo general, el interés se centra en los productos publicitarios o intereses personales y utiliza el valor de las noticias para atraer la atención de las personas, pero en el proceso se engaña a muchas personas (Chen et al., 2015). Durante el brote, la Administración Municipal de Mercado de Shanghai emitió el informe “Circular sobre el fortalecimiento de la supervisión y el control de la producción y operación de alimentos especiales durante la prevención y el control de la neumonía por el nuevo coronavirus”¹⁴, que implica la introducción de medidas políticas para hacer frente a tales noticias falsas. Los anuncios que afirman que el nuevo tipo de neumonía por coronavirus tiene los efectos de prevención, control, tratamiento y curación se han convertido en los objetivos clave de la inspección y enfrentan a sanciones graves, como fuertes multas e incluso responsabilidad penal. Este documento establece claramente las siguientes medidas:

Supervise la integridad y la autodisciplina de las empresas de gestión de alimentos especiales; no tome prestado el nombre de la prevención y el control de la epidemia; no aproveche la oportunidad para hacer propaganda falsa o exagerar la efectividad de la publicidad; no debe publicar anuncios ilegales; no debe expresar ni implicar que los alimentos especiales aprobados sobre el nuevo coronavirus tienen efectos

¹⁴ <http://scjgj.sh.gov.cn/209/20200424/02e481ac701602a801701e84b088115a.html>

inmunes y protectores, no en el proceso de venta de suministros de prevención de epidemias, la venta obligatoria o la inducción de alimentos saludables; no se puede tomar prestada la comida especial, como comida; se prohíbe el uso de los alimentos que se publicitan falsamente de cualquier manera, incluidas reuniones, conferencias y consejos de salud, tanto *online* como *offline* (Administración Municipal de Mercado de Shanghai, 2020) .

Al igual que la publicidad, la propaganda generalmente se basa en hechos, pero contiene prejuicios que pueden ampliar aspectos o perspectivas específicas. Esta mezcla de noticias y comentarios, inaudito en la prensa convencional clásica, se esconde detrás del contenido objetivo de las noticias. Sin embargo, el objetivo suele ser persuadir en lugar de informar. Durante el brote de COVID-19, la "guerra del nombre del virus" entre China y los Estados Unidos se ha convertido, como era de esperar, en uno de los aspectos más destacados del juego político en las relaciones chino-estadounidenses. El estigma de los medios occidentales hacia China nunca se ha detenido. Samantha Bee, una comentarista de noticias estadounidense, señala claramente que "la transmisión del coronavirus a China y a los chinos es más que un silbato racista para perros. Es una orquesta racista". En esta misma línea, Rick Dunham, director del Programa de Comunicación Internacional de la Universidad de Tsinghua, señala que:

la verdadera motivación de los medios de comunicación y los políticos estadounidenses es desacreditar tales contradicciones nacionales en conflictos internacionales y arrojarlos a China para que no tengan que ser responsables de la lucha del gobierno de los EE. UU. (China Daily¹⁵, 2020)

En los últimos tiempos, el escritor italiano-estadounidense, Mario Cavallo, está siendo muy popular en la red debido a su artículo titulado "Algo no está aquí. Eche un vistazo al virus de H1N1 2009 de EE. UU. en comparación con el coronavirus 2020 de China". Este autor cree que estamos ante una campaña bien dirigida, organizada y al estilo "Guerra Fría" que se opone deliberadamente a China. Es una versión occidental de la propaganda en los Estados Unidos.

En resumen, se puede afirmar que la práctica más imperceptible en torno a las *fake news* son las intenciones engañosas de alta veracidad, atribuidas principalmente a la publicidad y las relaciones públicas, la propaganda y la manipulación, seguido por la baja verdad y el alto engaño de la fabricación de noticias. Por otra parte, la práctica que tiene un menor grado de

¹⁵ <http://cn.chinadaily.com.cn/a/202004/02/WS5e85abf1a3107bb6b57aa710.html>

verdad y bajo engaño es la imitación de noticias. Finalmente, el daño más escaso es el originado por las noticias satíricas.

3.4.3. El lado oscuro de la acción colectiva en las redes sociales

Hoy en día, las plataformas *online* de Internet, especialmente las redes sociales, se han convertido en la principal fuente de numerosas noticias personales, donde las desinformaciones parecen haber encontrado nuevos canales. Las *fake news* o la conspiración sobre la pandemia, se crearán de manera predeterminada a través de los canales de comunicación —como medio de acceso a la información para las personas (en la era de Internet, especialmente las redes sociales y las plataformas *online*).

Cuando los espectadores lo confunden con noticias reales, las desinformaciones pueden acabar con la legitimidad y con la credibilidad del periodismo. Esto es especialmente importante en el entorno de las redes sociales, donde la información se intercambia y, por lo tanto, el significado se negocia y se comparte. La naturaleza social de las redes sociales hace que aumente la difusión de desinformaciones. El poder de las *fake news* se basa en que pueden penetrar de forma efectiva en el campo social. El intercambio de información ha fortalecido el campo social y es probable que la calidad de la información sea secundaria. El descontento social y la fragmentación nos hace estar dispuestos a creer en las noticias, confirmando nuestra hostilidad hacia otro grupo. En este caso, es fácil para las noticias falsas encontrar a la audiencia.

Con respecto a Internet, Hu Yong (2012) comenta que durante esta etapa, China ha entrado en una era de “derechos”. Los campesinos, los trabajadores y la clase media recién formada luchan por sus propios derechos civiles. Una sociedad civil que quiere ser más independiente, participativa y resistente está apareciendo en Internet en China. Este autor también menciona que si no existiera Internet, China no tendría espacio para la discusión pública hoy en día:

Es precisamente debido a este espacio disponible que se puede reenviar que descubres que todos tienen al menos un lugar donde puedes hablar algo. Estas observaciones no son totalmente inválidas, aunque a menudo son inválidas, a veces juegan un cierto papel y constituyen algún tipo de política de presión en China. No tenemos una forma legítima, pero al menos con Internet, podemos ejercer presión sobre el poder y hacer que se ajuste. En este sentido, el reenvío es definitivamente útil. (pp.22-23)

Según la explicación del profesor Hu Yong, en la pandemia, si este tipo de reenvío se utiliza para ayudar a identificar y eliminar rumores, difundir información positiva inspiradora e historias conmovedoras, será de gran ayuda para luchar contra la epidemia de información. Sin embargo, si este tipo de participación es a su vez secuestrada por rumores y noticias

falsas, también causará graves y adversas consecuencias sociales. Este es el motivo por el que se debe estar atento e intentar evitar caer en el engaño.

Las redes sociales proporcionan una amplia plataforma, para que las personas que no son periodistas, participen en el periodismo (Wall, 2015). A través de sus cuentas en redes sociales, los usuarios pueden publicar información, fotos, videos y narraciones sobre eventos de interés periodístico que hayan presenciado (Hermida, 2011; Jewitt, 2009). Por ejemplo, Twitter se ha convertido en una plataforma ideal para difundir rápidamente información detallada sobre emergencias (Hermida, 2010). Facebook (2017)¹⁶ originalmente era un sitio donde podíamos compartir ideas personales y actualizaciones con amigos, pero ahora se ha convertido en un portal donde los usuarios pueden generar, usar e intercambiar diversos tipos de información, incluidas noticias. Las redes sociales no solo cambiaron la forma en que se publican las noticias, sino que también desafiaron las nociones tradicionales sobre la aparición de noticias. Las redes sociales no solo tienen una gran audiencia, sino que también promueven el intercambio rápido y la difusión de información. Desafortunadamente, también juegan un papel importante en la promoción de la difusión de *fake news*.

Aunque las redes sociales han estado difundiendo desinformaciones, también han sido una fuente importante de verificación de la información. En la mayoría de los casos, confiamos en estas plataformas para conocer el desarrollo de la situación de la enfermedad. Ante la circulación constante de anécdotas personales e informes sobre la verdad, el gobierno se ve obligado a divulgar información más precisa sobre la crisis. Además de buscar el conocimiento, las redes sociales también se han convertido en un espacio para la catarsis colectiva de una manera única. Por ejemplo, se transmiten historias de desesperación y amabilidad en Weibo, celebrando un “funeral nacional” para los “denunciantes” que lo comparten con su círculo de amigos en redes sociales.

En la noche del 20 de enero, el Dr. Zhong Nanshan decía en CCTV que el nuevo coronavirus puede transmitirse de persona a persona provocando el pánico en la población. La mayor fuente de pánico es ver cómo las redes sociales expanden gradualmente la crisis. Hu Yong (2020) comenta que las redes sociales realmente reflejan el miedo a los chinos y lo expanden a un nivel nunca antes experimentado. Además, con la ayuda de las redes sociales, el riesgo de comunicación social de los memes racistas ha aumentado dramáticamente. En Australia, Europa y los Estados Unidos, han sucedido eventos y sucesos muy tristes: las personas procedentes del este de Asia fueron maldecidas verbalmente, les escupieron, tuvieron que abandonar el transporte público, salieron de los cafés, les bloquearon el acceso a las tiendas e incluso sufrieron ataques violentos. Los asiáticos se vieron obligados a consignar "No soy

¹⁶ Facebook. 2017. Stats. Facebook.

un virus". En España, la comunidad asiática creó el *hashtag* #NoSoyUnVirus en Instagram en respuesta a una serie de ataques sufridos por motivos raciales.

3.4.4. Medidas y acciones contra los rumores, mejor este título.

Las desinformaciones aparecen con mucha frecuencia como chismes y rumores. Ni los chismes ni los rumores son el resultado de un juego de inteligencia personal, sino que son el resultado de la discusión grupal y la difusión (Zhou, 2003).

En el estudio de Zhou (2003), también se reflexiona sobre los estudios clásicos de chismes y rumores que impulsaron a G. Orport y L. Postman a analizar los rumores de guerra en el "incidente de Pearl Harbor" en los Estados Unidos en 1942 en el campo de la sociología y psicología social occidental. El análisis de G. Orport y L. Postman no sólo señala las dos condiciones para la formación de rumores: la importancia de los eventos y la ambigüedad de la información, sino que también, propone tres mecanismos básicos en el proceso de propagación de rumores: Aplanamiento (*Leveling*); Afilado (*Sharpening*) y Asimilación (*Assimilation*). Su estudio sobre estos mecanismos concluyó que los chismes y los rumores no son creación de una persona en la mayoría de los casos, sino que es el resultado de una serie de acumulaciones de comportamiento de comunicadores o "contribuciones grupales".

La conspiración se refiere a *fake news* con la que estamos familiarizados. La prevalencia de la conspiración durante la pandemia se originó a partir de las raíces antiguas, profundas e inquietantes de la política nacional e internacional. Hu Yong (2020) ha comparado cómo la gente cree en la conspiración en el pasado y en la actualidad:

En el pasado, la gente siempre pensó que solo un pequeño grupo de locos creería en la teoría de la conspiración. Ahora, debido a la capacidad de comunicación exponencial de las redes sociales, la prevalencia de la polarización grupal y la infiltración de robots y *astroturfing* en las redes sociales, la conspiración está ganando cada vez más oyentes. (Tencent Social Research Center, 2020)

Una "casualidad" es que la transmisión del COVID-19 en China se está dando lugar en la misma época que la guerra comercial entre China y Estados Unidos, provocando la difusión masiva del rumor de que "es una guerra bioquímica lanzada por los estadounidenses para retrasar el desarrollo de China". En otros lados del mundo, muchos expertos señalan que es imposible que el coronavirus haya sido creado por el ser humano; sin embargo, los legisladores en los Estados Unidos siguen insistiendo en que la transmisión continua del coronavirus está relacionada con un laboratorio nacional chino en Wuhan, el epicentro de la enfermedad.

El 19 de febrero de 2020, "Lancet" publicó la "Declaración en apoyo de la lucha de China contra la investigación científica, la salud pública y los trabajadores médicos en el brote de la

nueva enfermedad coronaria de 2019 (COVID-19) (Calisher, C., et al., 2020). El documento fue emitido conjuntamente por ocho científicos que condenaron enérgicamente el nuevo coronavirus. En su carta, los científicos dijeron que la teoría de la conspiración no tiene otro objetivo que crear pánico, rumores, prejuicios y socavar la lucha mundial contra las enfermedades.

La conspiración puede entenderse como un género en el sistema de creencias. La conspiración atrae a las personas con al menos dos componentes diferentes: contenido y cualidad. Cada conspiración individual es un sistema único de creencias. Por otro lado, las cualidades se refieren a la naturaleza estructural de todas las teorías de la conspiración que tienen algo en común. Las personas que se sienten atraídas por el contenido de la teoría de la conspiración están motivadas por motivos diferentes a los que se sienten atraídos por las cualidades de la teoría de la conspiración. Los motivos de identidad social atraen principalmente a las personas al contenido de unas ciertas teorías de la conspiración. Ambos motivos interactúan entre sí y pueden fomentarse mutuamente.

Con la implementación de la política de distanciamiento social, las comunicaciones digitales se han convertido en un canal importante para que el público acceda a la información. Cada vez más personas confían en las plataformas de las redes sociales para obtener noticias, desinformaciones y rumores falsos que representan una grave amenaza para la salud pública durante esta crisis. Por lo tanto, identificar mensajes erróneos y falsos se ha convertido en una tarea clave.

Desde el SARS en 2003, las enormes pérdidas y la expansión de las crisis causadas por la supresión de la información de los medios de comunicación por parte de los departamentos relevantes durante las emergencias han demostrado una y otra vez que los medios, ya sea por quedarse silencio o por ser portavoces de duras palabras, a menudo son los principales causantes del aumento del pánico social, la propagación de los rumores y la crisis. (Hu Yong, 2012).

Los estragos del SARS no son un simple problema médico o epidemiológico, sino también una grave crisis social. Decimos que la epidemia del virus del SARS es una grave crisis social porque este desastre no solo se cobró la vida de muchas personas y consumió innumerables riquezas sociales, sino que también afectó al orden de las vidas de las personas, el desarrollo económico y social, y planteó un serio desafío a la civilización humana. Desde la perspectiva limitada por el tema de *Infodemic*, durante los seis meses anteriores y posteriores a la crisis, todas las provincias y ciudades (Guangzhou, Beijing, Hubei, Guangxi, Hainan, Hong Kong, Fujian, Hunan, Jiangxi y Jiangsu, Anhui y Sichuan, etc.) han experimentado sucesivamente la

propagación de rumores a gran escala, pánico grupal y almacenamiento compulsivo de alimentos.

En vista de lo anterior, las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, se han dado cuenta de que la falta de confianza del contenido que distribuyen es una amenaza para ellos mismos. Si las redes sociales se convierten en portavoces de rumores cercanos y no probados, perderán parte de su esencia y significado, así como de sus intereses comerciales. En esta pandemia, Facebook propuso una política de monitoreo de rumores. El creador de Facebook, Mark Zuckerberg, explicó que uno de los desafíos en 2018 es encontrar una identidad y experiencia clara (y leal) para los usuarios. El tiempo del usuario en el entorno social es bien utilizado y valorado.

En el estudio de Shao *et al.* (2017), se determina que los *social bots* tienen un papel clave en la difusión de desinformación: están afectando a los sentimientos de los usuarios de las redes sociales, es decir, existe la grave necesidad de ponernos en la lucha contra ellos para mejorar el ambiente de información en Internet. El uso de la tecnología para manipular la opinión pública y engañar a la gente realmente socava la participación colectiva democrática. Pero es necesario recordar que reflexionemos sobre el uso correcto de la tecnología. La tecnología debe servir al desarrollo y al cambio positivo y promover la participación ciudadana democrática en lugar de usar la tecnología, buscar ganancias privadas para las clases elitistas o los partidos políticos, engañar al público y causar otros problemas y conflictos sociales, para obstaculizar al desarrollo social.

Twitter, como un medio relacionado que construye la opinión pública, también está tratando de ayudar a disminuir el porcentaje de las desinformaciones en favor de la información verídica. Por ejemplo, como líder oficial de opinión, el gobierno aumentó la tasa de penetración de noticias reales positivas para reducir la proporción y difusión de desinformaciones. Desde la perspectiva de la participación colectiva de las personas, debemos aumentar la participación de los ciudadanos y utilizar a los líderes de opinión no gubernamentales para guiar la opinión pública y difundirla al público en general. La información correcta y verdadera, llama a los ciudadanos a participar activamente en la difusión de estas y a promover la comunicación interpersonal entre los ciudadanos para reducir la penetración y la difusión de *fake news*.

Organizaciones nacionales como Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas (IFLA) lanzaron una campaña para alentar a sus miembros a participar en el debate sobre los medios mundiales y la alfabetización informacional. La Unesco reitera su compromiso con la alfabetización mediática e informativa (AMI / MIL) como uno de los requisitos más importantes. Promueven el acceso equitativo a la información y el conocimiento, y promueven sistemas de información y medios gratuitos, independientes y diversos.

Además, la opinión pública es un factor importante para medir la respuesta a las decisiones y preparativos de políticas, como el aislamiento social y el teletrabajo. También reflejan la naturaleza de los informes de noticias y las posibles desinformaciones. Estas estrategias de mitigación de enfermedades también proporcionan una comprensión sin precedentes del impacto del trabajo con control remoto (teletrabajo) y el aislamiento en la salud mental. Vale la pena considerar otros problemas sociales derivados de las políticas de salud para hacer frente a la epidemia.

Para abordar el trabajo futuro de la “*Infodemic*” —a gran escala en torno al COVID-19— el análisis de las plataformas de redes sociales es fundamental para contener la información errónea. David M. J. et al (2018) sugieren que las medidas de intervención deben tomarse tanto de las capacidades personales como de la estructura de la información: otorgar a las personas el derecho a evaluar las desinformaciones que encuentran, y promover los cambios estructurales es fundamental, así como evitar para que las personas entren en contacto con desinformaciones.

Hu Yong (2020) también apunta que hay dos pasos clave para mejorar la alfabetización cibernética: primero, educar a las personas sobre cómo distinguir fuentes confiables; y segundo, ayudar a las personas a descubrir los matices de las desinformaciones.

En términos más generales, los investigadores deben realizar una auditoría rigurosa y continua de cómo las principales plataformas filtran la información. Existe una responsabilidad ética y social que trasciende las fuerzas del mercado para que las plataformas contribuyan con los datos de manera única a una ciencia de noticias falsas. Se insta a las plataformas a colaborar con académicos independientes en la evaluación del alcance del tema de las noticias falsas y el diseño y la efectividad de las intervenciones.

Durante el brote de COVID-19, los tableros de instrumentos centrados en mapas, como el Johns Hopkins Map, el OMS Map, etc., se han vuelto virales, informando tanto al público como a los profesionales de la salud. Las modernas tecnologías de Sistema de Información Geográfica (SIG) se centran en herramientas basadas en la web, intercambiando datos mejorados e información en tiempo real para apoyar la toma de decisiones críticas. Los paneles de control ejemplifican esos ideales y han sido extremadamente populares al compartir y comprender la propagación del COVID-19. La comunicación a través de paneles basados en mapas ofrece información accesible a personas de todo el mundo que desean protegerse a sí mismas y a sus comunidades. Este tipo de herramientas mejoran la transparencia de los datos y ayudan a las autoridades a difundir la información verdadera para ayudar a prevenir la difusión de esas desinformaciones. Es importante descubrir cómo los SIG

y las tecnologías de localización pueden apoyar la lucha contra las enfermedades infecciosas. Es un modelo que muestra cómo podemos aplicar la tecnología de una manera correcta.

4. Diseño metodológico

Para realizar los objetivos planteados de investigación propuesta, se ha tomado una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa.

4.1 Análisis de contenido

Berelson (1952, p.18) define el análisis de contenido como "una técnica de investigación que describe objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido explícito (manifest content) de la comunicación". Asimismo, Holsti (1969, p.14), propone una definición amplia: el análisis de contenido es cualquier técnica que se pueda inferir identificando objetiva y sistemáticamente las características específicas de la información.

En nuestra investigación se seleccionaron los 5 rumores de la lista que desarrolló Jiaozhen.com (plataforma de *fact check* en China) con más circulación durante el período de tiempo comprendido desde enero a marzo de 2020. Para cada uno de los cinco rumores se buscaron 5 noticias en la aplicación china de redes sociales Sina Weibo (similar a Twitter) con las palabras claves de cada tema de los rumores y se analizó el contenido de las noticias y sus comentarios.

Los 5 rumores¹⁷ a analizar son:

1. "El coronavirus se puede transmitir mediante aerosol", con una visualización de más de 3577 mil veces¹⁸.
2. "La medicina china Shuanghuanglian puede ayudar a resistir el coronavirus", con más de 1587 mil visualizaciones¹⁹.
3. "El antibiótico puede prevenir y tratar el coronavirus", con más de 929 mil visualizaciones²⁰.

¹⁷ <https://news.qq.com/zt2020/jiaozhen2018/feiyanzongbang.htm>

¹⁸ <https://vp.fact.qq.com/article?id=bf7df9da6cd03f6ccb0b98e7f8518213>

¹⁹ <https://vp.fact.qq.com/article?id=c7f61161c3f13a20a770ce4b15345fde>

²⁰ <https://vp.fact.qq.com/article?id=f88acfc0afab14c8a14e1d9ec5847e3d>

4. “Dr. Zhong Nanshan: Ya hemos superado los primeros 14 días de cuarentena para superar el coronavirus, los segundos 14 días comienzan a partir del 7 de febrero para ganar la lucha contra la pandemia”, con más de 957 mil visualizaciones²¹.

5. “La solución de salvar a uno mismo de un doctor chino americano puede curar COVID-19”, con visualización más de 323 mil veces²².

Por cada tema de los rumores, entre las 5 noticias, se seleccionaron las noticias que más se republicaron en cada mes, lo que supuso que se explorasen en total 25 noticias con 10 comentarios para cada una por analizar. Las noticias se seleccionaron según las que tenían más likes, repost y comentarios.

Para realizar la codificación de las noticias seleccionadas, se elaboró un libro de códigos para determinar qué variables serían analizadas en cada una de las unidades de análisis. En el caso de las noticias que se publicaron en Sina Weibo:

Los elementos que se investigaron fueron:

a) La entidad del emisor, para comprobar si la cuenta es institucional o individual. Para ello se analizaron cuentas que publicaron las noticias en Sina Weibo. Se quería investigar si la identidad de la cuenta informativa era institucional o individual, si la institución era privada o pública y si la entidad informante tenía conocimientos sanitarios expertos o no.

b) El tipo de información sobre salud que contiene la noticia (por ejemplo, la inclusión de un plan ejecutivo contra el COVID-19, conocimientos expertos sobre salud, etc.). En relación a este aspecto, se comprueba si se incluyen protocolos o medidas seguras y comprobadas científicamente para frenar la expansión del coronavirus y si se cuenta con la participación de organizaciones de la sociedad civil para impulsar tales medidas.

c) La presencia de términos en la noticia que hagan referencia a sentimientos y actitudes de los ciudadanos o enfermos. Se evalúa si en la noticia se habla de las acciones o medidas positivas que se pueden tomar para frenar la expansión del coronavirus, en soluciones comprobadas científicamente, si abundan los términos de carácter de alarma o aviso que resaltan las consecuencias negativas del coronavirus para la salud, también si hay exageraciones no verificadas o si aparecen términos neutros, en un tono. Se analiza si el

²¹ <https://vp.fact.qq.com/article?id=98b7c122017d5bec74eafdfc9b5f0554>

²² <https://vp.fact.qq.com/article?id=3dbe0635cf7296b236be9d33f0a76b34>

comentario de los ciudadanos o enfermos demuestran estar a favor, ser suspicaces o en contra, o si son irrelevantes desde la perspectiva de las reacciones y soluciones a COVID-19.

d) El carácter de la fuente original de las noticias que se publicaron, para comprobar si eran fuentes oficiales o no. Si la fuente original de dicha información es oficial o no (1=sí, 0=no).

e) La verificación de la información, para analizar si la noticia era un rumor verificado o no y, en caso afirmativo, comprobar su fecha de verificación, en la medida en que una noticia que tarda mucho tiempo en ser verificada puede permanecer como *fake news* que ejerce un impacto negativo sobre la población. La fecha de verificación se refiere a la de la *fact-check* en la plataforma Jiaozhen.com. Se analiza si la noticia es una información verificada como rumor o si aún no ha sido verificada así como la fecha de verificación del rumor. Se evalúa si la noticia se publica antes o después de la fecha de verificación de rumor. Y si, en caso de publicarse después, persisten los errores identificados en el *fact-check*.

Rumor 1: El coronavirus se puede transmitir mediante aerosol.

1. “El coronavirus se puede transmitir por contacto: Gotitas y aerosoles son las causas principales, una vez que la mano de puerta y dentro de habitación tienen el virus, el contacto se puede propagar. Use mascarilla, lávese las manos con frecuencia, ventile más. ¿Ahora sabe por qué hacer eso? Puse aquí una imagen sobre el conocimiento de la mascarilla.”
https://weibo.com/3841607108/lryBOAI5c?type=comment#_rnd1596963298692

2. “Expertos responden a la propagación de aerosoles. El aire generalmente no tiene coronavirus.”
https://weibo.com/2656274875/ltpsXvyAr?filter=hot&root_comment_id=0&type=comment

3. “¿Por qué los pacientes con COVID-19 desarrollan aerosoles? ¿Va a entrar en tu ventana? ¿Qué se debe hacer para evitarlo? Se publicó la séptima edición del protocolo de tratamiento de COVID-19, en la que se añadía: “Dado que los coronavirus pueden aislarse en las heces y la orina, debe prestarse atención a la transmisión por aerosol o por contacto de la contaminación ambiental procedente de las heces y la orina. Me acordé que cuando publiqué este artículo, porque el punto de vista mío no es consistente con la oficial, se había incluso bloqueado. Pensando en esto, sollozaba. ¡Aún hay mucha gente regañándome en la zona de comentario en dicho artículo!”

https://weibo.com/2423757750/lx5YYpaaf?filter=all&root_comment_id=0&type=comment

4. “Nuevo programa de diagnóstico y tratamiento de la COVID-19 sexta edición. ¡Reposición!”
https://weibo.com/2656274875/luUFDs89i?type=comment#_rnd1596965292960

5. “El comic dice” para decirle cómo se propaga la COVID-19 en la forma del comic japonés *One Piece*.”

https://weibo.com/1655152542/lwA0NhJZk?type=comment#_rnd1596965966910

Rumor 2: La medicina china Shuanghuanglian puede resistir al coronavirus.

1. “Los datos originales que encontramos sobre la medicina china Shuanghuanglian para inhibir el coronavirus son tan ridículos que casi me hicieron morir de risa.”
https://weibo.com/1842182742/lsjKrrZxy?type=comment#_rnd1596968728735

2. Zhang Boli: “No defiendas a las personas que no se enferman con Shuanghuanglian como método de prevención.” <https://weibo.com/2656274875/lsBlyhlbh?type=comment>

3. “Shuanghuanglian puede inhibir el coronavirus. Se ha agotado”
<https://weibo.com/1784473157/ls5y9qmuN?type=comment>

4. “En Zhengzhou un paciente dijo que solo fue a comprar Shuanghuanglian antes de estar confirmado como positivo.” <https://weibo.com/1644114654/lul1fvDmS?type=comment>

5. “Shanghai Pharmaceutical: El informe que ha afirmado que Shuanghuanglian puede inhibir el coronavirus es correcto.”

https://weibo.com/5044281310/lseYCybK7?type=comment#_rnd1596974709332

Rumor 3: El antibiótico puede prevenir y tratar el coronavirus.

1. “¡Rumor! ¡Estos 9 rumores sobre el coronavirus no se los crean!”
https://weibo.com/2803301701/lqwa04qFY?type=comment#_rnd1596975227733

2. “Los Estados Unidos estudian activamente nuevas formas de inhibir la resistencia a los medicamentos de las bacterias.”

https://weibo.com/1743951792/ltl44kQGW?type=comment#_rnd1596975373902

3. “¿Se pueden usar antibióticos para tratar el coronavirus?”

https://weibo.com/5078700027/lrzX4j1IW?type=comment#_rnd1596975572763

4. “¿Hay algún medicamento específico para tratar la infección por coronavirus?”

https://weibo.com/1743400230/lrx2SBpuK?type=comment#_rnd1596975834336

5. “¡Las respuestas de sus preguntas más preocupadas por la prevención y control de la epidemia!” https://weibo.com/1623842133/lsfKA7Og?type=comment#_rnd1596976135203

Rumor 4: Ya hemos superado los primeros 14 días de cuarentena para superar el coronavirus, los segundos 14 días comienzan a partir del 7 de febrero para ganar la lucha contra la pandemia.

1. “*Hashtag*: Hospital de cabina. ¡No hay invierno insuperable! ¡Mantengamos la esperanza! Hemos sobrevivido a los primeros 14 días de cuarentena, y luego luchamos por el segundo día 14.” https://weibo.com/1163155573/lsXSKETTr?type=comment#_rnd1596986511780

2. “Hemos sobrevivido a los primeros 14 días de cuarentena, y luego luchamos por el segundo día 14.”

https://weibo.com/5273316244/lsYTL2B7M?type=comment#_rnd1596986629317

3. “*Hashtag*: Hay un amor loco por los fanáticos. Hemos sobrevivido a los primeros 14 días de cuarentena, y luego luchamos por el segundo día 14.”

https://weibo.com/2020009337/lt2VegUN7?type=comment#_rnd1596986571853

4. “Li Zhaojun energía positiva: Hemos sobrevivido a los primeros 14 días de cuarentena, y luego luchamos por el segundo día 14.”

https://weibo.com/3175594150/ltchy0alV?filter=hot&root_comment_id=0&type=comment#_rnd1596997443261

5. “¡Buenos días! El segundo “14 días” (es decir, del 7 de febrero al 20 de febrero) ha comenzado, ¡este período es muy importante!”

https://weibo.com/6626376273/ltm8np0IP?type=comment#_rnd1596996085699

Rumor 5: La solución de salvar a uno mismo de un doctor chino americano puede curar COVID-19.

1. “¡Última cobertura exclusiva! ¡Experto chino estadounidense revela que la mayoría de los médicos no conocen el nuevo mecanismo de coronavirus y las medidas de autoayuda!”

https://weibo.com/1191050205/lu3Z7n0wg?type=comment#_rnd1596976758354

2. “¡Última cobertura en exclusiva! ¡Experto chino estadounidense revela que la mayoría de los médicos no conocen el nuevo mecanismo de coronavirus y las medidas de autoayuda! ¡Debe ver, salvar a la gente para salvarse a sí mismos!”

<https://weibo.com/3710258141/lu1BFuzJ7?type=comment>

3. “Para referencia. 2. Última cobertura en exclusiva! ¡Experto chino estadounidense revela que la mayoría de los médicos no conocen el nuevo mecanismo de coronavirus y las medidas de autoayuda! ¡Debe ver, salvar a la gente para salvarse a sí mismos!”

<https://weibo.com/1769544670/lAdIECaNV?type=comment>

4. “Sobre el principio del tratamiento del coronavirus, para referencia de médicos y pacientes.”

<https://weibo.com/1686395564/ltZTbibUI?type=comment>

5. “Información del Sr. Wu Jun sobre el nuevo mecanismo de coronavirus y el audio de la conferencia sobre medidas de autoayuda encontrada en el sitio web oficial de Hope City.”

https://weibo.com/6294531871/ludANu2TE?type=comment#_rnd1597000352337

4.2. Entrevistas en profundidad

Herbert J. Rubin e Irene S. Rubin (2010, pp.2-3) explican en su libro *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*, que los datos fríos que vienen de la estadística pueden contestar muchos problemas, pero no es suficiente para contar la historia bien. Tiene su limitación. Usar la entrevista en profundidad ayuda a explorar los problemas con más importancia y entender y explicar mejor las cuestiones que nos deja la historia.

Para conocer mejor la causa de la circulación de los rumores, el pensamiento de la gente sobre este tema y las resoluciones de mejorar la comunicación para la salud en el futuro, este trabajo se ha tomado la fórmula cualitativa de entrevista semiestructurada con ocho entrevistados. Los entrevistados se clasificaron entre 3 perfiles, que son ciudadanos, profesionales sanitarios, y profesionales de ONGs. Cada entrevista tuvo una duración

aproximada de 45 a 55 minutos y se grabó mediante audio. Para proteger la privacidad de los entrevistados, se usaron números en el lugar de nombre. Uno de los entrevistados no quería revelar el nombre de su organización.

Las preguntas de la entrevista fueron:

1. ¿Cómo piensas que es el desarrollo de la salud pública hoy en día en China?
2. ¿Qué piensas de los rumores sobre salud que has recibido durante esta pandemia? ¿Crees que detrás de las *fake news* hay algún tipo de poder en la sombra?
3. ¿Cómo identificas los rumores o *fake news*? ¿Qué rol piensas que es importante en la transmisión de los rumores y *fake news*? ¿Cómo funcionan?
4. ¿Cómo pueden mejorar la comunicación y reducir los *fake news* cada uno de los actores sociales implicados? ¿Cómo valoras el papel de las ONG en esta pandemia? ¿Qué crees que es lo más destacable de su forma de comunicar?
5. ¿Te gustaría ayudar a mejorar la comunicación para la salud y hacer popularización de ciencia contra los *fake news* de alguna manera? ¿Qué harías?

La información de cada entrevistado y su fecha de entrevista se refiere como la tabla 1:

Entrevistados	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8
Edad	24	37	48	57	31	54	66	30
Sexo	H	H	M	M	H	M	H	H
Profesión	UCA, estudiante de Master	Anestesista en hospital público	Profesora de universidad	Psicóloga en un departamento gubernamental	ONG	ONG	Agricultor	Doctor en Centro de Prevención de Epidemia
Perfil	Ciudadano	Profesional sanitaria	Ciudadano	Profesional sanitaria	Profesional de ONG	Profesional de ONG	Ciudadano	Profesional sanitaria
Día de la entrevista	14 de junio de 2020	18 de junio de 2020	20 de junio de 2020	21 de junio de 2020	17 de junio de 2020	23 de junio de 2020	23 de junio de 2020	24 de junio de 2020

Tabla 1 Información de entrevistado y la fecha de cada entrevista

5. Análisis de los datos

5.1 Análisis de contenido

Sobre el rumor 1, el proceso de circulación y verificación del rumor llevaba más de dos meses, desde el final de enero hasta 31 de marzo. El rumor se verificó tres veces por parte del

Ministerio de Sanidad chino (el 9 de febrero y el 3 de marzo) y también por parte de la OMS, el 3 de marzo.

Entre las 5 noticias, todas resaltaron la función de promoción de conocimiento sanitario para mejorar el reconocimiento de ciudadanos contra COVID-19. En ellas, 2 de las 5 noticias con más circulación vinieron de la misma entidad institucional pública, CCTV News, mientras, otras 3 vinieron de las cuentas de ciber-celebridad con profesional sanitario u organización de fans de comics japoneses. Es decir, los ciudadanos toman los medios de información oficiales como CCTV News para informarse sobre el mundo y sociedad. En el caso de la pandemia, aparte de las instituciones, los individuos con perfil sanitario tienen más confianza por parte del ciudadano y puede dirigir la opinión del público a un cierto nivel, ayudando a verificar las noticias falsas y a difundir las informaciones correctas.

La noticia 3 es una republicación de un artículo del mismo autor escrito el 2 de febrero. Tanto la noticia 1 como el artículo original de la noticia son las que tienen una fecha de verificación más antigua y, además, proceden de entidades individuales. Por el contrario, las instituciones proveen más información después de la fecha de verificación.

En estas noticias aparecen con más frecuencia las palabras “razón” (en el sentido de intentar razonar) (3 veces) “transmisión por microgotitas” (7 veces) “poder transmitir” (de 10 veces) que tienen un sentido más neutro, de descripción. Las palabras “protocolo” (4 veces) “prestar atención” (4 veces) “ventilar su piso” (10 veces) “lavar tus manos” (4 veces) “llevar mascarilla”(7 veces) “personas saludables no se tienen que preocupar”(3 veces), “el personal sanitario tiene que tener cuidado”(4 veces) remiten a acciones o medidas que se pueden tomar para frenar la expansión del coronavirus, a soluciones comprobadas científicamente. Por otro lado, en los comentarios a estas noticias, los ciudadanos muestran una reacción más relacionada con preguntar para tener las instrucciones más claras o hablan de otras cosas que no se corresponde con el tema de la noticia. Pocos comentarios van dirigidos a dar gracias por la prevención facilitada a la ciudadanía.

Es decir, aunque las fuentes oficiales siguen siendo las principales para obtener información por parte de los ciudadanos, no tienen la suficiente credibilidad por parte de la ciudadanía. Como se puede ver en la comparación, los individuos con conocimientos profesionales, así como las fuentes profesionales no gubernamentales, funcionan mejor como líderes de opinión, al proveer una mejor comunicación horizontal para la salud pública, con capacidad para enfrentar la pandemia.

Un aspecto que genera muchas reacciones positivas por parte de los lectores aparece en la noticia siete. En ella se muestran gráficamente las maneras de transmisión del coronavirus y cómo hay que prestar atención para protegerse con mascarilla, cómo se muestra en el dibujo. En lugar de explicar los protocolos a seguir únicamente con texto, es más fácil de aceptar por parte del público cuando se utilizan estrategias comunicativas propias del entretenimiento (*entertainment education*) para promover los conocimientos sanitarios y mejora la comunicación para la salud.

Sobre el tema de la medicina china en el rumor 2, más que la mitad de las noticias vienen de instituciones públicas para verificar el rumor del uso de Shuanghuanglian para curar el COVID-19. El tono es más neutro y descriptivo, para verificar e informar de los asuntos que ocurren por los rumores que circulan sobre esta medicina. Los comentarios de los ciudadanos a las noticias que se publicaron por las instituciones públicas son muy dudosos y mostraron la desconfianza hacia los medios oficiales.

Estas noticias están asociadas a actitudes distintas. En la noticia 1 aparecen con más frecuencia las palabras de “datos ridículos” (3 veces) “comentarios críticos” (2 veces) “la vergüenza de ellos...” (2 veces) etc. que tienen un sentimiento claro contra el rumor y reconoce las *fake news* como perjudiciales. En la noticia 2, que viene de una fuente oficial, aparecen con más frecuencias las palabras “no se recomienda” (3 veces) “no se aprueba” (1 vez) “no comentario” (una vez), que trata de verificar la función de esta medicina, para descartar falsos usos o beneficios para quienes la tomen. En las noticias que se publicaron por las instituciones, como es el caso de las noticias 3 y 4, aparecen con más frecuencia las palabras “poder inhibir” (7 veces) “según el estudio” (8 veces) “las instituciones farmacéuticas descubrieron” (5 veces) que son más descriptivas y explicativas. No muestran un supuesto prejuicio, solo pretenden informar de la actualidad del asunto. En la última noticia, que es la respuesta explicativa de las instituciones farmacéuticas, aparecen con más frecuencia las palabras “no es incorrecta” (una vez) “pero necesita experimentar” (una vez) “todavía se está investigando” (una vez) en relación a la circulación de este rumor. Aquí podemos encontrar que uno de las causas importantes de generación de los rumores y *fake news* es la incorrecta interpretación de los estudios y de los resultados de las investigaciones por parte de los medios cuando producen noticias.

Aparte de ellas, también hay una cuenta individual con de un profesional sanitario registrado como un influencer en Sina Weibo, en la que se verificó el rumor de Shuanghuanglian, que es la fuente de la noticia 2. En su publicación, explicó y comentó los datos no fiables su conocimiento profesional. Con su influencia como ciber-celebridad en las redes sociales, la

utilización de un lenguaje un poco menos científico y el uso de un emoji, que que conecta más con la cultura popular, la verificación suya genera más impacto en Sina Weibo que las explicaciones de los medios oficiales.

Entre las 5 noticias, 4 de ellas son verificaciones que viene de la fuente original oficial. El proceso de circulación y verificación del rumor llevaba muy poco tiempo, sólo un día, desde el 31 de enero hasta el 1 de febrero, lo que demuestra una velocidad de verificación muy alta.

El rumor se provocó por un informe de la institución de investigación de virología en Wuhan. Se dice que esa medicina china puede inhibir el coronavirus. Según la institución de ciencia de China en Shanghái el contenido no es incorrecto, pero todavía hacen falta más pruebas clínicas y experimentos. Además, según la noticia 3, la única noticia entre los 5 que salió antes de la fecha de verificación, se provocó una gran acaparamiento del medicamento después de la publicación del dicho informe.

De este modo, podemos ver que es una noticia falsa con una incorrecta interpretación de la realidad por parte de los medios. Asimismo, los medios que malinterpretaron la noticia original también incluyen a los medios oficiales como People's Daily, según los comentarios de ciudadanos, lo que se puede explicar por la desconfianza de los ciudadanos a los medios oficiales.

Además, hemos mencionado en las entrevistas que, como la medicina china es una parte esencial en la cultura china y está asentada en lo profundo del pensamiento de los chinos, la noticia falsa circula por un tiempo largo. En la noticia 4 se habla de un paciente que se contagió por salir a comprar a esa medicina china.

En el rumor 3, que verifica la noticia de un anticuerpo para tratar COVID 19, el esfuerzo principal es realizado por instituciones públicas como People's Daily, la OMS y el centro local de enfermedad y prevención. Entre las 5 noticias, 4 son verificaciones y sólo una es una noticia falsa sobre un anticuerpo que se puede usar para tratar el coronavirus. Este rumor se verificó oficialmente como la noticia falsa por la OMS el 28 de enero de 2020.

Aparte de la noticia 2, en todas las demás aparecen con más frecuencia las palabras descriptivas de verificación y explicación o sentimientos negativos contra el rumor, como "No lo crean" (9 veces) "para bacterias sí pero no funciona para el virus," (3 veces) "no se recomienda para tratar el virus" (2 veces) "no debe utilizar mal" etc. En la noticia 2, al contrario, aparecen con más frecuencia palabras de apoyo al rumor, como "fomentar el desarrollo del tratamiento" (3 veces) "el gobierno les financia para investigar activamente" (2 veces). Es

decir, en esas 5 noticias, la mayoría está haciendo un esfuerzo en contra la circulación de las *fake news*.

Entre las 4 verificaciones, 3 vienen de instituciones públicas, y la otra procede de un individuo que es sanitario de profesión. Antes de la fecha de verificación, ya hay medios como People's Daily, que es la cuenta que publicó la noticia 1, así como otras plataformas de fact check, que están recogiendo los datos de todas las fuentes para verificar la información. En las imágenes que lleva la publicación de People's Daily se anotaron las fuentes. Las 3 verificaciones realizadas después de la fecha de verificación llevan la misma fuente de la OMS.

Generalmente, las noticias utilizan un tono explicativo y se publicaron después de la fecha de verificación de la noticia 1. Las verificaciones responden a dudas de la forma de Q & A (preguntas y respuestas) y dan instrucciones o protocolos para guiar a los ciudadanos.

En la noticia 2, los comentarios muestran una actitud de desconfianza y un humor sarcástico en contra de ella. Considerando los prejuicios de los Estados Unidos respecto a China, se ve en los comentarios a la cuenta de la embajada estadounidense que hay un sentimiento nacional y que se deja afectar por las relaciones internacionales.

Asimismo, en la noticia 5, se presentaron las explicaciones e instrucciones con dibujos, además de utilizar la forma convencional de preguntas y respuestas. Respecto a la fuente original de la información, que viene de los sectores oficiales, no hay comentarios en contra. Es decir, los ciudadanos aceptan más la información cuando viene de una fuente fiable, profesional y oficial, con un cierto estilo entretenido.

Aparte de las noticias falsas que son malinterpretadas por los medios, las expresiones de los expertos y de las fuentes oficiales también se entienden mal por parte de los ciudadanos.

El rumor 4 gira alrededor de una afirmación que realmente no ha sido realizada dicho por el experto sanitario Dr. Zhong Nanshan, que dirige al país a luchar contra el coronavirus. Este rumor circuló viralmente primero en otra red social, WeChat, que tiene una función casi igual a Facebook e Instagram, y se transportaron desde dicha plataforma a otros medios, incluido Sina Weibo. Su respuesta a un periodista de CCTV en una conferencia del Comité de Sanidad y Bienestar de Guangzhou el 7 de febrero verificó que dicho rumor no es real.

Todas las noticias (5) vinculadas a este rumor llevan las mismas palabras claves, que son lo que ha dicho el Dr. Zhong Nanshan. Especialmente, aparecen con más frecuencia las expresiones con sentimientos llamativos como “el Dr. Zhong Nanshan dijo” (7 veces) “muy

importante” (9 veces) “luchar fuerte contra la pandemia” (4 veces) “llevarnos mascarillas en los lugares cerrados” (3 veces). Se ve la importancia a que tienen para los ciudadanos las palabras del líder del equipo sanitario que dirige las acciones contra la pandemia en China.

Según el análisis de las cuentas que transmitieron este rumor, 4 de las 5 son individuales y privadas, y entre las 4 sólo hay una cuenta de un profesional sanitario. La única cuenta institucional pública es de una comisaría local, que tampoco es de especialista sanitario. Las primeras 3 noticias se transmitieron antes de la fecha de verificación y los 2 restantes muestran que la noticia falsa se sigue transmitiendo a pesar de que ya se verificó que era falsa.

Todas las noticias llevan en el título el nombre del Dr. Zhong Nanshan y avisos como “muy importante”. Por otro parte, aunque hay ciudadanos dudaban de su fuente original y piden verificación, la mayoría de los comentarios señala que los ciudadanos confían o mantienen una actitud más neutra hacia lo dicho por parte del experto oficial. Es decir, si la noticia parece que viene de fuentes oficiales con profesión sanitaria, es más fácil ganar la confianza de los ciudadanos y tiene más posibilidad de seguir la circulación.

Algo parecido ocurre con el rumor 5. Del mismo modo, la última noticia falsa verificada (entre las 5) viene de otra plataforma de redes sociales, WeChat. Está elaborada a partir de una fuente original de un artículo que presenta un discurso de un experto médico chino-americano sobre la solución de autosalvación del contagio de COVID-19. Posteriormente, los usuarios de dicha red social que difundieron ese rumor se trasladaron a Sina Weibo para una difusión más amplia.

Sin embargo, la diferencia entre el rumor 4 y el rumor 5 es que la fuente original que publica esa noticia falsa verificada en el rumor 5 procede de una cuenta oficial de una institución privada que publica información sanitaria en Wechat.

Dicha noticia se publicó el 12 de febrero por parte de la cuenta oficial en WeChat y fueron viralizada y transportada a otros canales. Se verificó el 15 de febrero, según la plataforma de fact check Jiaozhen.com, por lo que se puede ver que la velocidad de verificación de rumores también tiene mucha eficacia. De las 5 noticias de este rumor, 4 se transmitieron antes de la fecha de verificación y sólo hay una que se siguió transmitiendo después de la verificación.

Cuatro de las 5 cuentas que publicaron dicha noticia son individuos con fama como cibercelebridades, expertos en otras profesiones aparte de la sanidad o la medicina. Además, hay una cuenta individual y privada que tampoco menciona que tenga una profesión sanitaria.

Como la fuente de dicha noticia no tiene relación con los sectores oficiales, la fuente original se bloqueó después de la verificación por parte del el partido oficial, en WeChat, con lo que se frenó significativamente su circulación.

De un modo similar al rumor 4, el contenido de la noticia falsa lleva palabras que muestran la solución o el protocolo en contra del coronavirus con explicaciones médicas excesivamente técnicas y con un sentimiento de alarma o aviso para atraer la atención de los ciudadanos. Además, se menciona a la medicina china en la solución de autosalvación del contagio del COVID-19.

En esas noticias aparecen con más frecuencia las palabras de “noticia exclusiva” (3 veces) “desmitificar” (6 veces) “experto sanitario americano” (7 veces) “doctor de medicina en los EE.UU.” (20 veces) “la mayoría de expertos sanitarios no saben” (4 veces) “soluciones de autosalvación” (7 veces) “el mecanismo del coronarivirus” (9 veces) , que hablan de los temas con los que es fácil provocar la curiosidad y cuidar la vida en esta fase peligrosa de la pandemia. Además, las noticias mencionan al experto chino-americano, que culturalmente está más próximo a los ciudadanos.

Generalmente, según los comentarios, la mayoría de los ciudadanos no están de acuerdo con lo que se dice en dicha noticia falsa. Las personas que confían en la medicina china mantienen una actitud a favor, mientras que hay otras personas que comentaron que se ve claramente que la noticia es falsa.

En resumen, según los resultados del análisis, podemos observar que durante la fase seleccionada de la pandemia, la eficacia de verificación de rumores y *fake news* fue bastante alta. Las acciones del gobierno fueron rápidas y actuales, pero también se dio la posibilidad de transmisión de *fake news* debido a diversos factores como, por ejemplo, la falta de buenos resultados procedentes de la investigación científica. Para los ciudadanos, la fuente principal a la hora de informarse son los medios oficiales. No obstante, a veces, los medios oficiales y los expertos publican resultados con dudas, generando de este modo, noticias que podrían no ser verdad y, de ese modo, un daño sobre su credibilidad ante la población.

Por otro lado, los ciudadanos contribuyeron, a su vez, con un gran esfuerzo en la verificación. Particularmente, las ciber-celebridades (*influencers*) con conocimientos profesionales como líderes de opinión, comunicaron de forma divertida y entretenida generando una mayor y más clara influencia sobre los ciudadanos. Este hecho es de gran importancia para los individuos que poseen menos conocimiento general o tienen un conocimiento sanitario incorrecto respecto a la salud, a los cuales les ayuda a aceptar de forma más fácil contenidos

relacionados con la salud y la pandemia. Sin embargo, sus opiniones proceden especialmente de los medios oficiales como el Dr. Zhong Nanshan. Por ello, a veces, estos *influencers* para llamar la atención o ganar visualización en sus redes sociales, usan la fama y palabras de los expertos para publicar información falsa que según ellos han sido comentadas por esos expertos: camuflan esas palabras para obtener su interés propio.

Además de llamar la atención sobre los ciudadanos con palabras que contienen sentimientos, las *fake news* también pueden afectar a la sociedad como elemento cultural. Los ciudadanos creen en las *fake news* por hábitos culturales. Por ejemplo, las conspiraciones creadas a raíz de la relación internacional chino-americana pueden ser un elemento de influencia para la sociedad: si en las noticias ven palabras relativas a otro país que no posee una buena relación política con China, los ciudadanos pueden llegar a defender con más probabilidad a esa *fake news*.

5.2. Entrevistas en profundidad

En relación a la primera pregunta (el estado de la salud pública en China en la actualidad), para los entrevistados, la salud pública hoy en día en China se caracteriza por una tendencia al desarrollo en constante mejora. Es decir, en general, los entrevistados están de acuerdo con el buen desarrollo de la salud pública en China. Piensan que hay aspectos positivos y negativos, pero creen firmemente en la buena evolución del sistema. Están satisfechos con el servicio médico y especialmente con el trabajo contra la COVID19.

Junto a estas consideraciones en las que coinciden todos los entrevistados, aparecen otras apreciaciones, específicas, compartidas solo por algunos de ellos, que pasamos a resumir brevemente:

1. El grupo de edad media y los mayores están más satisfechos con la situación de la salud pública en China.

En opinión del entrevistado E7 (de profesión agricultor y 66 años de edad) el desarrollo económico en China ayuda a mejorar la salud pública.

En la misma línea, la entrevistada E4 (psicóloga en un departamento gubernamental, con una edad de 57 años) considera que las personas de su edad están muy contentas con el sistema de salud que hay actualmente en China:

“En estas áreas sobre la construcción y el desarrollo de la salud pública en China, ahora hablamos de esto, especialmente a mi edad, incluso más mayores que yo, todos sienten que

actualmente es bueno en China. El sistema de atención médica de China frente al brote es realmente bueno. Especialmente, aquellos mayores de 70 años se sienten demasiado felices en China, demasiado afortunados.”

2. La relación médico-paciente, el seguro médico y la educación y promoción de los conocimientos de salud son elementos importantes en el desarrollo del sistema de salud pública.

Por otro lado, el tema de la relación médico-paciente y el seguro médico se mencionaron por parte de dos perfiles de los entrevistados (ciudadano y profesional sanitaria), que muestran que los dos puntos afectan al desarrollo de la salud pública.

El entrevistado E2, con profesión de anestesista en un hospital público, y la entrevistada E3, con profesión de profesora de universidad, tuvieron un punto de vista en común: la causa del problema de la relación médico-paciente es una cuestión de falta de comprensión y comunicación entre ellos. Particularmente, en la perspectiva de E3, además de la falta de comprensión mutua, la cultura china de obligación filial que “debe hacer todo lo posible para salvar la vida de sus padres muy mayores” se choque con la regulación de reembolso de seguro médico social que el coste producido en el departamento emergencia no se incluye en la cubierta. Es decir, por la dicha cultura, el público te culpa o hace secuestro moral por no intentar salvar sus padres cuando estén en condición crítica de salud. No obstante, como la edad muy mayor, tiene más frecuencia de ir a la emergencia, que cuesta un enorme de tratamiento pero no se pueden reembolsar por los seguros médicos por su regulación de reembolso. No es cada familia que tiene la capacidad de soportar ese coste enorme. Aun así, en los ojos del público, eres tú que no haces todo el esfuerzo para salvarles de peligro de morir. Este problema, que se produce fuera del sistema de salud, hace que la comprensión sea peor por parte de los pacientes y los médicos y dé como resultado que familias de pacientes con comportamientos extremos maten a doctores porque piensan que la culpa es del hospital con la intención de cobrarles más dinero. E2 mencionó que “los médicos deben tratar a los pacientes y esperan dar un mejor tratamiento a estos, pero los pacientes a veces no lo entienden. Por eso las contradicciones entre médicos y pacientes persisten”. Por ello, es necesario mejorar la legislación para proteger a los médicos de ser agredidos.

Con respecto al seguro médico, el perfil de ciudadano y profesional sanitario lleva perspectivas distintas. El entrevistado E1 con experiencia de un paciente de COVID-19 pensó, desde la consideración del alto coste del tratamiento para la COVID-19, que el sistema de seguro médico en China necesitaba inspirarse en la experiencia de otros países occidentales como España en los que se pueden combinar el seguro privado con el público para cubrir el coste,

mientras que el E2, vio más puntos positivos en el desarrollo y el aumento de la tasa de posesión del seguro médico público: “nos proporciona un sistema médico sólido”.

Asimismo, la promoción y educación de la salud y los conocimientos médicos básicos se mencionaron por los entrevistados al ser profesionales sanitarios. Es decir, hace falta mejorar y aumentar el nivel básico de los conocimientos de salud para identificar y evitar los rumores y noticias falsas sobre salud.

En relación a los rumores sobre la salud que hemos recibido en nuestra vida diaria y en esta pandemia (segunda pregunta realizada a los entrevistados), el tipo de rumor que se mencionaba universalmente era el referido a los remedios populares para mantener la salud (en inglés *folk remedies*), la seguridad alimentaria y la medicina china. Particularmente, durante esta pandemia, los relacionados con la cultura profunda de la medicina tradicional en China y los discursos de expertos chinos, las medicinas chinas como Shuanghuanglian (también mencionados por E1 y E7), se hacían virales entre la población al presentarse como un medicamento esencial contra el coronavirus.

Además de tomar agua caliente (hábito cultural chino muy conocido por todo el mundo), se difundieron ampliamente otros remedios populares: por ejemplo, tomar agua caliente de jengibre puede matar el coronavirus (mencionado por E8); las verduras o frutas pueden ser tóxicas por su color teñido; los hongos con carne pueden disminuir la presión arterial, etc.

Al mismo tiempo que la pandemia afectaba físicamente a la población, también lo hacía con la gestión y la administración pública, provocando cambios en las regulaciones administrativas públicas y generando rumores que pudieron afectar a la población.

El lugar más propenso para la circulación de rumores, según los entrevistados, son los círculos familiares o de amigos en las redes sociales, por ejemplo, Sina Weibo y WeChat, que son dos de las redes sociales más poderosas y populares en China. La fuente de los rumores es variada. La mayoría procede de los We Media en redes sociales, especialmente de WeChat. E3 también mencionó que los programas de televisión son una fuente de rumores sobre cómo mantener el bienestar, por promover inapropiadamente información sanitaria y conspiraciones. El contenido de los rumores contiene tanto una parte de verdad como una parte de mentira. E1, E3, E7, y E8 mencionaron que la mayoría de *fake news* difundidas tienen como objetivo alcanzar a las personas mayores y, entre ellos, las mujeres mayores son el público potencial a la hora de transmitir los *fake news* (mencionado por E1).

Según la opinión de E1 y E3 —que poseen una educación relativamente más alta así como una mayor edad— comentan que, por una parte, son necesarios los conocimientos más modernos y científicos, y, por otra parte, consideran que los resultados de investigación y el lenguaje científico son difíciles de comprender. Las *fake news* poseen un lenguaje más fácil de comprender para la población común a la hora de tomar su idea, especialmente cuando ellos no pueden entender las explicaciones profesionales y científicas, dando como resultado, una mayor sencillez a la hora de creer en las *fake news* (para ellos, no entender es sinónimo de falsedad).

Desde la perspectiva del personal sanitario, E8 también apuntó que un motivo es que la gente carece de unos conocimientos básicos sanitarios. Tanto E5 como E3, explicaron que, en el entorno de la información, el ruido de las *fake news* y la desinformación es mayor que la información de calidad. Así, la gente es más proclive a creer más en las *fake news*. Al igual que en psicología, E5 explicó que es otra gran razón por la que la gente no está segura, especialmente, los mayores de 60 años sufren más ansiedad por no saber si van a poder sobrevivir y no creen en sí mismos, ignorando su experiencia en prevención sanitaria a lo largo de su vida y sin prevenir las *fake news* cercanas. Por lo tanto, E5 señaló, en particular, que la gente tiene un límite de tolerancia muy bajo ante las *fake news*, originando más oportunidad para la circulación de los rumores y haciendo a la gente propensa a creerlos.

Asimismo, la mayoría tienen en común que siempre hay intenciones como conspiraciones políticas o intenciones económicas detrás de las *fake news* que manipulan a las personas. En este sentido, E5 apuntó que las conspiraciones son más cómodas de aceptar para las personas cuando hay que buscar alguna salida para culpar de sus nervios y despojarse de sus responsabilidades en lugar de hacer las cosas de una manera más racional, convirtiendo su ansiedad en enojo. Por otro lado, es habitual encontrar al final de las *fake news* un anuncio de venta de productos. Te atraen con las verdades, pero en su interior hay información exagerada para convencerte de comprar.

“Es irresponsable ese tipo de hecho para engañar. No es afirmar que no sea buena la medicina china, es decir, porque hay demasiados mentirosos intentando engañar a la gente con el título de medicina china, exagerando el efecto de su tratamiento por su propio interés”, dijo E2.

Queda demostrada una relación directa entre el alto nivel educativo o sanitario del entrevistado con respecto a su capacidad para detectar o difundir una *fake news*. Las personas que difunden con más frecuencia *fake news* son las de edad más avanzada y las que demuestran tener menos sentido común, sin menospreciar el hecho de que no lo hacen

con mala intención, sino buscando el bien ajeno. Es decir, como comentó E8, efectivamente, existen muchas personas que no saben distinguir la verdad de las *fake news*, sólo remitir por participar y satisfacerse en la alegría de compartir la información. Por otro lado, la mayoría también mencionó que la fuente de información es otra referencia para identificar si una noticia es verdadera o falsa. Según la respuesta general, la información procedente de estamentos oficiales es más fiable.

A la hora de detectar la falsedad o veracidad de las noticias (tercera pregunta realizada a los entrevistados), en primer lugar, se toma nota de su dominio cognitivo o de su profesión. Si la *fake news* está fuera de su ámbito o si la verifica otro medio. Segundo, si el contenido es demasiado rotundo, también lo es la posibilidad de que sea falso. Tercero, si no procede de la fuente oficial o un entorno especializado, es necesario extremar las precauciones sobre su autenticidad.

Asimismo, el tipo de grupo de personas que lo difunde es otro elemento que permite detectar la circulación de las *fake news*. Al igual que las conspiraciones, siempre tienen un target de un cierto grupo de personas, los cuales practican esa creencia. Y, por otro lado, E5 comentó que para esos colectivos, por el propio interés, los medios irresponsables generan más contenidos con las *fake news* para alcanzar su objetivo.

Es de especial interés la aportación de E6 —miembro de una ONG— que mencionó que en su entorno, las personas trabajan de forma desinteresada, por lo que la información que comparten es de esa naturaleza y no hay cabida para la desinformación. Como la transmisión de *fake news* es un comportamiento colectivo, en este sentido, se puede ver que el carácter grupal también afecta la difusión de éstas. Aunque un voluntario tenga buena intención y sea desinteresado, tiene IDEOLOGÍA, opciones políticas, y esto puede afectar en su difusión de ciertas *fake news* sin darse cuenta.

Además de la parte ejercida por emisor y receptor, se ve necesaria la importancia de los medios durante el proceso de circulación de las *fake news*. Los entrevistados mostraron que, durante el brote desde enero a marzo, tenían más confianza en los medios oficiales que en otros medios no oficiales o de Internet como We Media. Según ellos, el gobierno chino hizo un buen trabajo en materia de transparencia publicando y renovando la situación, los detalles de nuevos casos y las verificaciones de rumores, etc. Además, la verificación de *fake news* que circulaba en Internet o entre los ciudadanos por el boca a boca se actualizó mucho y con buena eficacia. Entonces, para la mayoría de la población, los medios oficiales siguen la fuente principal para identificar las *fake news*. Por lo tanto, también es muy importante que el

gobierno haga un mayor esfuerzo en vigilar el entorno de Internet y eliminar las desinformaciones en primera instancia, actuando bien en su papel de *Gate Keeper*.

Sin embargo, los We Media también son otra parte esencial para presentar la información que no se cubre por los medios oficiales. Pueden contener información verdadera para promover el trabajo contra la pandemia por la parte de los ciudadanos al ser un canal más cercano y de punto a punto para transmitir la información. La eficacia y velocidad es mucho mejor que en los medios oficiales y tradicionales debido a que se caracterizan por tener menos control y límite de censura, según E6. Cada ciudadano puede ser *citizen journalist*, publicar la información actual y veraz en cualquier formato y perspectiva distinta para mantener la racionalidad de la información.

No obstante, un punto débil de los We Media es, como mencionaron E1 y E3, la facilidad que estos medios poseen para dirigir a la opinión pública y guiar al público a una dirección incorrecta. Por ejemplo, se pueden sobreinterpretar las noticias que vienen de los medios oficiales y demonizar a los estudiantes chinos que volvieron a China de otros países por el miedo a la COVID-19.

Por lo tanto, los entrevistados con el perfil de profesionales sanitarios y ONG comentaron que existe el fenómeno de acaparar medicinas chinas o mascarillas debido a las *fake news*. Hasta aquí, se observa de una forma más nítida la importancia de controlar las fuentes de información y verificar la calidad y veracidad de la información así como aumentar el nivel de conocimiento básico de los ciudadanos (especialmente el primer grupo de receptores de información) para prevenir del mejor modo posible las *fake news* y las mentiras.

Desde la perspectiva de la psicología, E4 explicó que durante la actual pandemia, cada individuo experimenta una ansiedad interna y quiere expresar su opinión al público, pero no quieren acaparar la responsabilidad por las posibles consecuencias.

En relación a la cuarta y quinta pregunta, además, para mejorar la comunicación en ESPII como ha sucedido durante esta pandemia, en primer lugar, como comentaron E3 y E5, los medios oficiales deben ser responsables y no filtrar la basura informativa para garantizar la circulación de información de calidad. Por lo tanto, cubrir una mayor cantidad de contenidos cualificados es clave para no dejar espacio a la difusión de las *fake news*. E2 mencionó también la necesidad de legislar para castigar los emisores que transmiten las *fake news* que generan un caos en la sociedad. Asimismo, mejorar la base de conocimiento para cada individuo y entrenar los conocimientos sanitarios básicos es fundamental junto a maneras más diversas y entretenidas de hacer comprender y generar aceptación entre personas de

diferentes niveles de educación. Las escuelas y comunidades, como los lugares más concentrados de niños y ancianos (dos targets vulnerables por las *fake news*), son puntos importantes en los cuales poner atención y hacer un esfuerzo en entrenar y aumentar su capacidad cognitiva contra las pseudociencias.

En la opinión de E5, los programas de televisión tienen una gran responsabilidad de ser lo más auténticos posibles y sin beneficio para no guiar de forma maliciosa a las audiencias. Existe la necesidad de que todos actores sociales se unan como un poder cohesionado para alcanzar los objetivos principales, ya que el poder individual es poco comparado con un poder colectivo unido: es más fácil de tratar una situación de extrema urgencia con pensamientos e ideas cohesionadas en lugar de una lucha individual con una gran cantidad de ideas dispersas.

Según la evaluación de los entrevistados, el papel y esfuerzo de las ONGs es necesario pero también deben cumplir con mayor responsabilidad el apoyo al gobierno y la sociedad en lugar de buscar el interés propio. Durante esta pandemia, los entrevistados comentaron que la Cruz Roja china llevó a cabo un trabajo bastante malo en la gestión de los materiales sanitarios para apoyar a los médicos además de no hacer frente con solvencia al tema de la corrupción dentro la organización y la mala transparencia de su trabajo hacia la sociedad.²³ Es necesario que la organización reforme su reputación actual y mejore su transparencia para recuperar la confianza de los ciudadanos, y así, reforzar el sistema de vigilancia ejercido por los ciudadanos para promover sus acciones y dar un apoyo verdadero a la sociedad.

Entre los tres perfiles, se observa un punto en común referido al deber como ciudadanos, por el que se comenta que se debe exigir a los individuos la responsabilidad de seguir de forma correcta las instrucciones y a los consejos del gobierno y los expertos para enfrentar la pandemia a través de un esfuerzo colectivo. En este sentido, y especialmente los entrevistados con mayor edad, agradecen con más fervor la función del gobierno para proteger y dirigir a los ciudadanos, tratando a todo el mundo por igual, a diferencia de otros países como Estados Unidos que han dejado sin atención a pacientes mayores y con una mala condición económica.

Entre los entrevistados más jóvenes, se reconoce el peso de los *influencers* con conocimientos profesionales o especialistas. Es importante destacar la importancia de

²³ <https://www.bbc.com/zhongwen/simp/chinese-news-51338241> 武汉肺炎：在争议声中被全民监督的红十字会

conectar con los gustos y aficiones de las nuevas generaciones a la hora de inculcar medidas y acciones contra la pandemia para que éstas no sean aburridas o pasen desapercibidas. No solo para que sean más interesantes y menos complicadas para estas generaciones, sino también para que todos los ciudadanos que no son profesionales en el campo de salud puedan comprenderlo. Es esencial la existencia de líderes de opinión clave (*Key opinion Leader*, KOL) con perfiles profesionales en este campo que expliquen los resultados profesionales y científicos de una forma sencilla para que todo el mundo los entienda sin problema. E5 también mencionó con el ejemplo del experto, la importancia de tener un KOL especialista para comunicar y promocionar la salud de forma más eficaz con el público de masas.

En general, a la mayoría de los entrevistados le gustaría ayudar a generar una población científica y verificar la información para disminuir la posibilidad de la circulación de las *fake news* y los rumores. No les molestan explicar y verificar las *fake new* cuando tienen conversaciones con sus círculos de contactos. Pero, por otro lado, no serían muy activistas.

Los entrevistados con mayor edad poseen más ganas para dar su voz y comentar con lo que no se sienten identificados en la esfera pública como los foros de vida cotidiana, por ejemplo. Por otro lado, los entrevistados más jóvenes, particularmente con perfil profesional del campo sanitario y ONGs, tienen tendencia de formarse a través de una cuenta o un perfil en Internet para difundir los conocimientos básicos para ayudar a la gente a aumentar su nivel cognitivo y entrenarlos con un lenguaje más plano y sencillo para relajar el estrés del sistema hospital de ocupación impropia y presión de recurso sanitario, para que las paciente en condición clave con necesidad urgencia puedan tener su servicio.

Para los entrevistados con una educación más alta como el médico y la profesora de universidad y de edad media, no se sienten tan identificados con las ganas de los jóvenes, los mayores los entrevistados de perfil de ONGs, por la diferencia de conocimiento entre ellos y la gente que no tienen tanta capacidad para entender las obras científicas. Por ello, se subraya más el enfoque de perfeccionar la cualidad individual y reducir el hueco de conocimiento entre cada grupo con las culturas o elementos populares y sencillos de comprender de forma universal. Formamos más celebridades como KOL en este campo.

6. Conclusiones

Considerando el análisis realizado y los objetivos marcados en esta investigación, se observa que la circulación de *fake news* durante esta pandemia no solo ha afectado a la vida de las

personas, sino que además, deja una gran influencia sobre el desarrollo sostenible de las sociedades y destruyen el orden social normalizado y estable así como la distribución regular de los recursos.

Al considerarse China el epicentro geográfico de la pandemia durante la fase inicial de enero a marzo, la localización de las *fake news* que circulaban por aquel entonces también se identificaron en el país asiático. Además de los protocolos y sistemas de prevención establecidos durante la pandemia, se clasificaron las *fake news* como artefacto de la cultura local, como por ejemplo, la medicina china y las conspiraciones enmarcadas en las relaciones internacionales.

Combinando el resultado que encontramos en este trabajo y la retrospectiva de las teorías; las investigaciones de los autores clave del campo de la CSDC; la Comunicación para la Salud, y el tema de las *fake news* y las conspiraciones para mejorar la comunicación en circunstancias de emergencia de salud pública y prevenir e inhibir la infoxicación causada por las *fake news* que han circulado en esta pandemia de la COVID-19, se demuestra la necesidad significativa de pensar sobre los problemas que no son generados por los temas relacionados con el desarrollo en un contexto social contemporáneo, la globalización, el avance de las tecnologías, etc.

Tufte (2006) también centra su investigación en cuestiones que son producto de la globalización, como por ejemplo, el tema de la inmigración y el avance de las tecnologías modernas de comunicación que han ampliado el riesgo de desarrollo no sostenible y que, a su vez, han aumentado la aparición de epidemias en el campo de la salud. Tanto si es el SARS, la COVID-19 u otras epidemias como la gripe A (H1N1), el Dengue o el SIDA, la pandemia no solo se forma por el virus, sino también es el resultado de la globalización. Hay que pensar sobre las cuestiones que se sitúan tanto fuera como dentro del tema de la enfermedad. Para hacer frente a las epidemias, no podemos centrarnos únicamente en el sistema de salud. La reacción del gobierno a nivel de la comunicación para salud en circunstancias de emergencias y la interacción con sus ciudadanos, son tan importantes como la acción hiper-eficiente de prevenir, controlar y luchar contra la enfermedad, desde la transparencia de la información hasta el diálogo con sus ciudadanos, para superar la situación mediante un esfuerzo unido y solidario, funcionando al máximo el poder de la acción colectiva.

Asimismo, desde la perspectiva de los medios de comunicación, tanto en esta pandemia como en la experiencia anterior del SARS, tenemos la necesidad de pensar bien en la relación de los nuevos medios (las redes sociales) y los medios tradicionales y oficiales para progresar en la Comunicación para la Salud, especialmente en las emergencias de salud pública. Como se muestra en esta investigación y en la historia del SARS, el silencio y la ocultación de la

información de los medios oficiales en un principio son grandes causas de la aparición de *fake news* circulando entre el público y las redes sociales. La falta de una voz oficial con credibilidad ayuda al aumento del impacto de las *fake news* en los ciudadanos, particularmente las personas que no tienen una buena base de conocimiento sanitario. Además, las redes sociales tampoco nos pueden garantizar la calidad y la veracidad de la información que publican para no empeorar la circulación de las *fake news* y dañar más la salud pública por la desinformación. Entonces es cuando la eficacia de los medios oficiales tiene mucho valor al publicar información verdadera y dejar menos espacio a las *fake news* en primera instancia.

Como comenta el Dr. Hu Yong (2006) —además de remarcar el efecto de *Gate Keeper* en el entorno de Internet— para aliviar el pánico generado por las *fake news* en la pandemia es fundamental la crítica para mantener la transparencia y la fluidez en la transmisión de la información y utilizar la información de buena calidad para anegar a las *fake news*. En este caso, lo fundamental es mejorar la habilidad para identificar las *fake news* en Internet y hacer un uso correcto de la participación y las actividades en ese medio.

Además de la responsabilidad de los medios oficiales, es muy relevante la importancia del fomento para el desarrollo del periodismo ciudadano (en inglés *citizen journalist*) como medio alternativo, para dar una mirada diversa sobre los asuntos con puntos de vista diferentes a los medios oficiales (no puedan ser mostrados al público). Es decir, con el rápido desarrollo de las tecnologías de comunicación como las redes sociales, cada persona tiene voz para contar la historia y completar los asuntos desde su perspectiva. Por ello, puede ser importante para transmitir cualquier información de una manera horizontal a una velocidad enorme. La cooperación entre los medios oficiales y los periodistas ciudadanos sería crucial para enfrentar las emergencias de salud pública, con la ventaja de la credibilidad de los expertos sanitarios y la eficacia de la circulación de información de las dos partes, cortando de raíz la circulación de las *fake news*. Por lo tanto, es necesario pensar cómo formar, regular y vigilar la calidad de los periodistas ciudadanos y su contenido, en otras palabras, la supervisión de los contenidos generados por los usuarios en Internet para mantener un buen ambiente de comunicación, y la necesidad de garantizar la libertad de expresión y llegar a un equilibrio entre la censura del poder gubernamental y el empoderamiento a los ciudadanos.

Si cambiamos la mirada de los medios de comunicación a la de los ciudadanos, afrontamos la gran demanda de progresar en educación para la salud y disminuir el vacío entre la Comunicación para la Salud y las lecturas sanitarias. Todavía tenemos un largo camino por recorrer para aumentar la base de conocimiento general de los ciudadanos con el potencial de la comunicación participativa. Es esencial profundizar en la investigación de este aspecto para un mejor resultado en la promoción para la salud, así como una parte importante para construir y fundar estructuras para identificar y verificar las *fake news* en el campo de salud y

prevenir la intoxicación originada por las epidemias como es el caso de la COVID-19. En este proceso, es importante no olvidar el papel de la cultura local y tradicional. Como por ejemplo la medicina china, la cultura local y tradicional que poseen en común los ciudadanos es una de las claves que afectan a su conocimiento y comportamiento. Si las *fake news* pueden aprovechar las ventajas de ella, tenemos más razones por las que buscar las soluciones contra las *fake news* de salud y mejorar la Comunicación para la Salud.

Más allá de la cultura local y tradicional, y tomando la perspectiva de las nuevas generaciones y sus culturas populares actuales, es interesante y práctico llamar la atención sobre los jóvenes para que comiencen a adquirir, entender, absorber y transmitir los conocimientos y la información a través de canales culturales y lenguajes (como los cómics y las opiniones de los influencers) en sus círculos. Necesitamos ver el potencial y el poder de los líderes de opinión, particularmente los que poseen conocimientos profesionales. Como se muestra en los resultados del análisis de este trabajo, la forma de educar a través de contenidos de alta calidad en entretenimiento posee un mayor efecto que la manera usada por los medios oficiales o las instituciones caracterizadas por un lenguaje plano y descriptivo. Sería, también, una buena herramienta conjunta para la prevención de epidemias y la intoxicación ahora y en el futuro.

Otro punto importante pero más invisible ~~que un puesto de auxiliar~~, es la función inolvidable de las ONGs. Éstas se encargan, al igual que otros actores sociales, de difundir y promover la información actual y el trabajo de la Comunicación para la Salud. Esta labor no solo la realizan para auxiliar a los gobiernos, sino también es un rol esencial en la comunicación comunitaria para avanzar en la promoción para la salud. No obstante, como encontramos en las opiniones de los entrevistados, en el imaginario de la mayoría de la población, las ONGs en China siguen teniendo un rol de ayuda y no funcionan mucho, incluso tienen una muy mala reputación debido a que en muchas ocasiones solo buscan el interés propio. Por lo tanto, es una buena cuestión para nosotros pensar en cómo pueden cambiar su imagen negativa ante los ciudadanos para ganarse su confianza y aplicar su poder combinando las culturas tradicionales y las nuevas y cubrir y conectar con distintos grupos de personas (especialmente con los grupos marginales).

Además de los factores que comentamos y mencionamos más arriba, es indispensable la existencia de las tecnologías modernas de comunicación. Gracias a tecnologías como el SIG (el mapa de la epidemia) o el seguimiento de la condición de la salud para identificar el riesgo de trayecto de contagio con registro de tu información de salud por código QR basada en la inteligencia artificial y el Big Data, se pudo controlar la situación con gran éxito en la fase del brote en China durante el periodo de enero a marzo. El avance de las tecnologías de comunicación es clave para mejorar la Comunicación para la Salud a un nivel de visualización

y ganar habilidad a la hora de utilizar y manejar los datos para mejorar la gestión de la salud pública, el planeamiento de las políticas sanitarias y el desarrollo de productos digitales para mejorar la salud pública para cambiar el estilo de la vida de cada individuo y la salud individual, tanto como la difusión de la información y el conocimiento sobre la salud en Internet, trasladándolo a todos los círculos de personas. A pesar de todo, la apropiación de las tecnologías es un aspecto importante a tener en cuenta.

Como planteábamos anteriormente, la tecnología es un arma de doble filo. Las *fake news* poseen numerosas formas de engañar a las personas. Si nos apropiamos de las tecnologías de comunicación de manera idónea; realizamos la supervisión de la información que circula en Internet; intervenimos en las redes sociales cuando sea necesario; y protegemos la seguridad de los datos personales con mucho cuidado, tendremos más ventajas y una mejor eficacia para controlar las enfermedades y las *fake news* relevantes. Hay un futuro brillante para el desarrollo de las tecnologías de salud, como el SIG o mapa de la epidemia. Otro ejemplo es el “Internet de Cuerpos”(en inglés *Internet of Bodies, IoB*²⁴), que se refieren a los aparatos que pueden gestionar la condición de tu salud y cuerpo. La tendencia de su desarrollo es imparable.

En resumen, hay más problemas fuera del sistema de la salud que están afectando constantemente a la salud pública (como los conflictos en la relación médico-paciente o la promoción para la vacuna) que desde dentro del sistema (como lavar las manos hasta el traslado de la frontera de la pandemia y su lucha por controlarla). Son problemas que no se pueden ignorar y que afectan radicalmente al progreso de la sociedad, el desarrollo económico y político, el cambio de estilo de vida, y más esencialmente, a la cultura y su diversidad. De este modo, exponemos el porqué se ha realizado esta investigación sobre las cuestiones de la Comunicación para la Salud desde una perspectiva que cuestiona el marco limitado del concepto de medicina y enfermedades con el análisis crítico de la desinformación.

Ahora más que nunca, para nosotros, es de gran importancia explorar este campo, y como los comentarios de las entrevistas, no solamente estamos avanzando en el desarrollo tecnológico contra las *fake news*, la pandemia o las dificultades médicas, sino que este progreso se debe también, en cierta medida, al desarrollo y progreso de las tecnologías.

Seguramente en un futuro cercano, con la importancia que fijan los investigadores, la exploración de la Comunicación para la Salud sea cada vez más próspera.

²⁴ El denominado Internet de cuerpos (*Internet of Bodies, IoB*) es un aparato implantado en el cuerpo humano que mantiene el contacto entre unos varios puntos del cuerpo y de Internet.

7. Bibliografía

- Atkin, C. K. (1979). Research evidence on mass mediated health communication campaigns. *Annals of the International Communication Association*, 3(1), 655-668. <https://doi.org/10.1080/23808985.1979.11923788>
- Atton, C. (2002). *Alternative Media*. London: Sage.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe, IL: Free Press, pp.18.
- Beltrán, L. R. (1985). Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina. *Sociología de la comunicación de masas*, 2, 73-107. <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/beltran.pdf>
- Berkowitz, D., & Schwartz, D. A. (2016). Miley, CNN and The Onion: When fake news becomes realer than real. *Journalism Practice*, 10(1), 1-17. doi:10.1080/17512786.2015.1006933.
- Brewer, P. R., Young, D. G., & Morreale, M. (2013). The impact of real news about “fake news” : Intertextual processes and political satire. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(3), 323-343. doi:10.1093/ijpor/edt015.
- Burgoon, M. (1992). Strangers in a Strange Land: The Ph.D. in the Land of the Medical Doctor. *Journal of Language and Social Psychology*, 11(1-2), 101-106. <https://doi.org/10.1177/0261927X92111007>
- Burkhardt, Joanna M. (2017). “Combating fake news in the digital age” . Library technology reports, v. 53, n. 8. <https://www.alastore.ala.org/content/combating-fake-news-digital-age> <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/download/6497/8631>
- Calisher, C., Carroll, D., Colwell, R., Corley, R. B., Daszak, P., Drosten, C., ... & Gorbalenya, A. (2020). Statement in support of the scientists, public health professionals, and medical professionals of China combatting COVID-19. *The Lancet*, 395(10226), e42-e43. doi:[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30418-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30418-9)
- Cebrián Herreros, M., & García Matilla, A. (coords.)(2002). *Convergencia multimedia y alfabetización digital*. Madrid: Universidad de Complutense.
- Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el Desarrollo e información audiovisual*. Barcelona: Imedea.

- Chen, Y., Conroy, N. J., & Rubin, V. L. (2015). "Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as 'False News'." In Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection, Seattle, Washington, USA: ACM.
- Chou, W. Y. S., Oh, A., & Klein, W. M. (2018). Addressing health-related misinformation on social media. *Jama*, 320(23), 2417-2418. doi:10.1001/jama.2018.16865
- 蔡曦亮. (2019). 浅析互联网对社区传播的影响. *网络传播*, (6), 42. http://www.cac.gov.cn/2019-12/16/c_1578031879614779.htm
- Dag Hammarskjold Report: What Now? <http://www.daghammarskjold.se/wp-content/uploads/2016/07/What-Now-1975.pdf>
- Downing, J. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. London: Sage.
- Dubois, A. (2007). Desarrollo Humano en G. Celorio & A. López de Munain (coords.) (2007): *Diccionario de Educación para el Desarrollo*. Bilbao: Hegoa.
- Dussel, E. (1998). *Ética de la liberación en la edad de la globalización y de la exclusión*. Madrid: Trotta.
- Gillmor, D. (2004). We the Media – 2. The Read-Write Web (by Dan Gillmor). Authorama.com. <http://www.authorama.com/we-the-media-3.html>
- Edson, C. T., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining 'fake news'. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. doi: 10.1080/21670811.2017.1360143
- Escobar, A., & Escobar, A. (1998). *La invención del Tercer Mundo: construcción y deconstrucción del desarrollo*. Barcelona: Editorial Norma.
- Fair, J. E. (1989). 29 years of theory and research on media and development: the dominant paradigm impact. *Gazette* (Leiden, Netherlands), 44(2), 129–150.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI.
- Gumucio-Dagron, A., & Cajías, L. (ed.) (1989). *Las radios mineras de BolMa*. La Paz: CIMCA.
- Gumucio-Dagron, A. (2001). *Haciendo olas. Historia de comunicación participativa para el cambio social*. New York: Fundación Rockefeller.
- Gumucio-Dagron, A. (2001). *Comunicación para la salud: el resto de la participación*. Guatemala: Agujero negro.
- Habicht, JP. (1981). Health for All by the Year 2000[J]. *Am J Public Health*, 71(5), 459-461.
- Hamelink, C. (1983). *La aldea transnacional*. Barcelona: Gustavo Gili.

- Hamelink, C. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. London: Sage.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism practice*, 4(3), 297-308. doi:10.1080/17512781003640703.
- Holsti, O.R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2010), 重庆大学出版社. 2-3.
- 胡泳 . (2011).中国网络舆论的三大变化. 党政干部参考, (2), 22-23.
- 胡泳 . (2012). 没有监督, 任何力量都是混蛋 <http://huyong.blog.caixin.com/archives/73430>
- 胡泳, & 陈秋心 (2019) 网络传播研究:萌芽、勃兴与再出发. 新闻战线, (03), 53-59.
<http://media.people.com.cn/n1/2019/0520/c426943-31093631.html>
- 胡泳 . (2020). 如何纾解大规模信息恐慌? Tencent Social Research Center.
<https://mp.weixin.qq.com/s/NnvLCaGr1XkRi8x3XRVZOQ>
- Jackson. L.D. (1992). Information Complexity and Medical Communication: The Effects of Technical Language and Amount of Information in a Medical Message. *Health Communication*, 4(3), 197-210. doi: 10.1207/s15327027hc0403_3
- Jewitt, R. (2009). The trouble with twittering: Integrating social media into mainstream news. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 5(3), 233-240. doi:10.1386/-macp.5.3.233_3.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Kamel Boulos, M.N., & Geraghty, E.M. (2020). Geographical tracking and mapping of coronavirus disease COVID-19/severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) epidemic and associated events around the world: how 21st century GIS technologies are supporting the global fight against outbreaks and epidemics. *International Journal Health Geographic*, 19 (8). doi: <https://doi.org/10.1186/s12942-020-00202-8>
- Kohut, A., Morin, R., & Keeter, S. (2007). What Americans know: 1989-2007, Public knowledge of current affairs little changed by news and information revolutions. *PEW Research Center*, April, 15. <https://www.people-press.org/2007/04/15/public-knowledge-of-current-affairs-little-changed-by-news-and-information-revolutions/>

- Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E., ... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3). doi: 10.7759/cureus.7255
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). *The science of fake news*. *Science*, 359(6380), 1094-1096. doi: 10.1126/science.aao2998
- Lewis, P. (1993). *Alternative media: Linking Global and Local*. Paris: UNESCO.
- Lewis, P. (2008). *Promoting social cohesion. The roll of community media*. Estrasburgo: Consejo de Europa.
- López-Borrull, A., Vives-Gràcia, J., & Badell, JI. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?. *El profesional de la información*, 27(6), 1346-1356. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- 栾轶玫, & 张雅琦. (2020). 新冠肺炎疫情报道中的信息呈现与媒体表现. *新闻战线*, (3), 5. <http://media.people.com.cn/n1/2020/0220/c40628-31596516.html>
- Nielsen, R. K., Fletcher, R., Cornia, A., & Graves, L. (2018). Measuring the reach of “fake news” and online disinformation in Europe. https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:08627294-b4dc-4b69-b525-e6986b4887ec/download_file?file_format=pdf&safe_filename=Fletcher_et_al_factsheet_180201%2BFINAL.pdf&type_of_work=Report
- MacBride Report: Many voices, one world: towards a new, more just, and more efficient world information and communication order <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000040066>
- McAnany, E. (1980)(ed.). *Communication in the rural third world: the role of information in development*. New York: Praeger.
- McQuail, D. (1991). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Paidós. [Informe 2015 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio].
- Marí, V.M. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. TIC desde una perspectiva de cambio social*. Madrid: Editorial Popular.
- Marí, V.M.(2013). Comunicación, desarrollo y cambio social en España: entre la institucionalización y la implosión del campo. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 2(2).

- Miguel de Bustos, J.C. (2007). *Comunicación sostenible y Desarrollo Humano en la Sociedad de la Información*. Madrid: AECl.
- Pérez de Armiño, K. (dir.) (2001). *Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo*. Barcelona: Icaria.
- Ramiro Beltrán, L. (2003). "Comunicación para el Desarrollo en América Latina. Una evolución ucinta al cabo de cuarenta años", *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*. Madrid: UNED, en Aparici, R y Marí, V.M.(coords.). p. 133.
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media*. New Jersey: Hampton Press.
- Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: breve genealogía. *El profesional de la información*, 28 (3), e280314. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>
- Rogers, E. M. (1994). *The Field of Health Communication Today*. New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (1996). *The Field of Health Communication Today: an up-to-date report*. *Journal of Health Communication*, 1(1), 15-24. doi: 10.1080/108107396128202
- Servaes, J. (2003). *Approaches to Development Studies on Communication for Development*. Paris; UNESCO.
- Servaes, J., & Malikhao, P. (2005). *Participatory communication: The new paradigm. Media & global change. Rethinking communication for development*. Suecia: Nordicom.
- Sharma, K., Seo, S., Meng, C., Rambhatla, S., Dua, A., & Liu, Y. (2020). *Coronavirus on social media: Analyzing misinformation in Twitter conversations*. arXiv preprint arXiv:2003.12309.
- Singer, J. B., Domingo, D., Heinonen, A., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., ... & Vujnovic, M. (2011). Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers. John Wiley & Sons. pp.177–191.
- Sternisko, A., Cichocka, A., Van Bavel, JJ. (2020). The dark side of social movements: Social identity, non-conformity, and the lure of conspiracy theories. *Current Opinion in Psychology*, 25, 1-6. doi: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.02.007>
- Tufte, T. (2006). SIDA, globalización y seguridad ontológica. *Comunicar*, 13(26), 27-34.
- Tufte, T. (2008). Health Campaigns for Development. *The International Encyclopedia of Communication*. doi:10.1002/9781405186407.wbiech008

- Tufte, T. (2012). Communication and Public Health in a Glocalized Context. *The Handbook of Global Health Communication* (eds R. Obregon and S. Waisbord). doi:10.1002/9781118241868.ch29
- The Ottawa Charter for Health Promotion
<https://www.who.int/healthpromotion/conferences/previous/ottawa/en/>
- 周晓虹. (2003). 传播的畸变——对“SARS”传言的一种社会心理学分析. *社会学研究*, (6), 43-54.
<http://ww2.usc.cuhk.edu.hk/PaperCollection/Details.aspx?id=2865>
- Shearer, E., & Gottfried, J. (2017). News use across social media platforms 2017. Pew Research Center—Journalism & Media.
- 施小明. (2016). 全球国家健康战略概况及对建设健康中国的启示. *中华预防医学杂志*, 8.
<http://www.pubhealth.org.cn/cn/wxshow5332.html>
- United Nations. United Nations Millennium Declaration [EB/OL]. [2016-06-11].
<http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.htm>.
- United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development [EB/OL]. [2016-06-11].
<https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>.
- Wall, M. (2015). Citizen journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813. doi:10.1080/21670811.2014.1002513.
- World Health Assembly. Health for all in the 21st century [EB/OL]. [2016-06-11].
<http://www.euro.who.int/en/publications/policy-documents/health21-health-for-all-in-the-21st-century>.
- UNESCO and radio stations mobilized to fight against COVID-19
<https://en.unesco.org/covid19/communicationinformationresponse/audioresources>
- World Health Organization. The Ottawa Charter for Health Promotion [EB/OL]. [2016-06-11].
<http://www.who.int/healthpromotion/conferences/previous/ottawa/en/>.
- Zarocostas, J. (2020). What next for the coronavirus response?. *The Lancet*, 395(10222), 401. doi:[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30292-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30292-0)
- 张自力. (2005). 健康传播研究什么——论健康传播研究的 9 个方向. *新闻与传播研究*, 12(3), 42-48.

